

University of Groningen

Tussen Mens en Machine

Sluis, Rinze Anne van der

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2002

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Sluis, R. A. V. D. (2002). *Tussen Mens en Machine*.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

RuG

Tussen Mens en Machine

Over de toegankelijkheid van
het betalingsverkeer in relatie
tot ouderen

Rinze Anne van der Sluis

EC 127

2002

Tussen Mens en Machine

Over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen

Rinze Anne van der Sluis

Groningen, december 2002

Wetenschapswinkel voor Economie RuG
Coördinatoren: drs. E. Kamphuis en drs. F.J. Sijtsma
Secretariaat: Henk Janssen
Begeleidend docenten: dr. M. Broekhuis en dr. G.B.W. Willenborg
Opdrachtgever: Stedelijk Overleg Ouderenbonden Groningen

Dit onderzoek werd mede mogelijk gemaakt door:
Rabobank Groningen en ABN AMRO Groningen

Adres:
Wetenschapswinkel voor Economie
Postbus 800
9700 AV GRONINGEN
Tel. 050-363 7182
Fax 050-363 7337
E-mail: wewi@eco.rug.nl
Internet: <http://www.eco.rug.nl/wewi>

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

Tussen Mens en Machine – Over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen

Rinze Anne van der Sluis

Groningen: Wetenschapswinkel voor Economie (Publicaties van de Wetenschapswinkel voor Economie EC 127)

- Met lit. opgave

ISBN 90-5803-022-9

NUGI 682

Copyright 2002 Wetenschapswinkel voor Economie, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/ of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form, by print or photoprint, microfilm or any other means, without written permission by the publishers.

Druk: Universiteitsdrukkerij Rijksuniversiteit Groningen.

Voorwoord

“Momenteel leven er in Nederland ongeveer 3,7 miljoen mensen van boven de 55 jaar, waarvan 2,2 miljoen 65-plussers. De komende jaren neemt het aantal 55-plussers toe tot 6,2 miljoen in het jaar 2030.”

“Nederlandse jongeren gaan per jaar voor ongeveer 2,5 miljard op vakantie, 55-plussers besteden 4,7 miljard.”

Bovenstaande feiten mogen het voor banken duidelijk maken dat ouderen een niet te vermijden groep in de samenleving zijn geworden: ouderen nemen in aantal toe, leven langer en hebben steeds meer geld te besteden. Bovendien worden ouderen steeds mondiger en willen ze op een bepaalde manier worden behandeld.

Dit onderzoek gaat over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen. Wanneer banken de behoeftes van ouderen van nu serieus nemen, kan de grote toekomstige generatie ouderen op een, door hen geprefereerde, manier worden bediend. Voor banken begint dat bij de handhaving van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer.

Ouderen moeten niet als belemmering, maar als uitdaging worden gezien!

Het onderzoek had niet uitgevoerd kunnen worden zonder bijdrage van een aantal personen. Ik wil Elise Kamphuis bedanken voor haar ondersteunende rol vanuit de Wetenschapswinkel, Manda Broekhuis voor haar uitstekende inhoudelijke begeleiding en Gijsbert Willenborg als goede tweede begeleider. Vanuit het SOOG bedank ik Gert Los en Johan Roskam, voor de algemene ondersteuning, de hulp bij de interviews en het versturen van de enquêtes.

Als laatste wil ik mijn ouders bedanken voor de mogelijkheid die zij mij hebben gegeven om te studeren en Nynke, voor de stabiele thuisbasis op wie ik altijd kan terugvallen.

Eastermar, december 2002

Rinze Anne van der Sluis

Samenvatting

Vanuit de samenleving komen diverse negatieve signalen over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer en het serviceniveau van commerciële banken in Nederland. Beiden zouden hard achteruitgaan en voor een aantal zwakkere groepen beperkingen opleveren. Verschillende ouderenbonden in de stad Groningen, samenwerkend in het Stedelijk Overleg Ouderenbonden Groningen (SOOG), vinden dat het streven naar efficiëntie van banken te ver gaat en onderschrijven de negatieve signalen. Ouderen hebben forse kritiek op het dwingende pinbeleid, de sluiting van bankfilialen en de afname van persoonlijke service aan de balie. Zij voelen zich als trouwe klant aan de kant gezet en hebben het idee niet meer over hun eigen geld te kunnen beschikken. Op verzoek van het SOOG is daarom een onderzoek naar de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor ouderen uitgevoerd.

Het onderzoek heeft via een enquête (met een respons van 283 stuks) de houding van ouderen in kaart gebracht en een antwoord gegeven op wat ouderen motiveert om wel of geen gebruik van nieuwe diensten te maken. Opmerkelijk resultaat is dat 36% van de respondenten aangegeven heeft nooit gebruik te maken van een geldautomaat.

Uit het onderzoek kwam verder naar voren dat ouderen het ‘face-to-face’ contact een belangrijk onderdeel van de kwaliteit van de dienstverlening van banken vinden en dat door de giralisering en automatisering van het betalingsverkeer juist dit ‘face-to-face’ contact onder druk is komen te staan. De herpositionering van de banken richtte er zich op om transacties zoveel mogelijk buiten de balie om te laten plaatsvinden en te vervangen door geautomatiseerde alternatieven, waarvan de geldautomaat het meest vooraanstaande is.

Op basis van de verschillende motieven om wel of niet te pinnen zijn vier ouderensegmenten onderscheiden en is gekeken in hoeverre oplossingen, gericht op verbetering van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer, aansluiten op deze segmenten.

Inhoudsopgave

VOORWOORD.....	3
SAMENVATTING.....	5
INHOUDSOPGAVE.....	7
HOOFDSTUK 1 INLEIDING EN PROBLEEMSTELLING	9
§ 1.1 INLEIDING	9
§ 1.2 DILEMMA INTERNE EFFICIËNTIE VERSUS EXTERNE EFFECTIVITEIT	9
§ 1.3 PROBLEEMSTELLING	11
§ 1.4 BEPERKINGEN ONDERZOEK	12
HOOFDSTUK 2 ONTWIKKELINGEN IN HET BETALINGSVERKEER.....	15
§ 2.1 INLEIDING	15
§ 2.2 KWALITEIT VAN DIENSTVERLENING.....	15
§ 2.3 VAN SERVICE NAAR SELF-SERVICE.....	17
§ 2.3.1 Giralisering en automatisering.....	17
§ 2.3.2 Herpositionering banken.....	22
§ 2.4 BEWEGINGSRUIMTE VAN DE BANK EN DE CONSUMENT	27
§ 2.5 DE REACTIE VAN OUDEREN OP ONTWIKKELINGEN IN HET BETALINGSVERKEER	30
§ 2.5.1 Adoptiebarrières bij het gebruik van de geldautomaat	31
§ 2.5.2 Focusgroup interviews.....	32
§ 2.6 CONCLUSIE ONTWIKKELINGEN IN HET BETALINGSVERKEER.....	34
HOOFDSTUK 3 DE ENQUÊTE EN DE ONDERZOEKSRESULTATEN	39
§ 3.1 INLEIDING	39
§ 3.2 OPZET VAN DE ENQUÊTE	39
§ 3.2.1 Soort enquête, steekproeftrekking, testen, verspreiden en respons.....	39
§ 3.2.2 Onderbouwing van de inhoud van de enquêtevragen en de analysemethoden	41
§ 3.3 ONDERZOEKSRESULTATEN OP BASIS VAN DE ENQUÊTE.....	46
§ 3.3.1 Resultaten voor de gehele steekproef	46
§ 3.3.2 Verschillen in houding pinders en niet-pinders via de geldautomaat	56
§ 3.3.3 Segmentatie op basis van de motivatie om wel of niet te pinnen via de geldautomaat.....	62
§ 3.3.4 Bepaling van uiteindelijke segmenten	68
§ 3.4 CONCLUSIE ONDERZOEKSRESULTATEN	70

HOOFDSTUK 4 OPLOSSINGEN.....	71
§ 4.1 INLEIDING	71
§ 4.2 OPLOSSINGEN GERELATEERD AAN DE OUDERENSEGMENTEN	71
§ 4.2.1 Opnameservice	72
§ 4.2.2 Goede toegankelijkheid geldautomaten	73
§ 4.2.3 Geldautomaten naar binnen verplaatsen	74
§ 4.2.4 Voorlichting en training.....	75
§ 4.2.5 Oplossingen die de bereikbaarheid en beschikbaarheid van diensten verhogen.....	77
§ 4.3 COMMUNICATIE EN BELOFTE.....	80
HOOFDSTUK 5 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN.....	83
§ 5.1 CONCLUSIES VAN HET ONDERZOEK.....	83
§ 5.2 EVALUATIE VAN HET ONDERZOEK EN HET ONDERZOEKSPROCES.....	86
§ 5.3 AANBEVELINGEN AAN BANKEN EN HET SOOG	87
§ 5.4 SUGGESTIES VOOR VERDER ONDERZOEK.....	88
GERAADPLEEGDE LITERATUUR.....	89
BIJLAGE 1: INTERVIEWSCHEMA FOCUSGROUPS.....	91
BIJLAGE 2: DE ENQUÊTE.....	94
BIJLAGE 3: STATISTISCHE BEREKENINGEN	99

Hoofdstuk 1 Inleiding en probleemstelling

§ 1.1 Inleiding

Vanuit de samenleving komen diverse negatieve signalen over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer en het serviceniveau van commerciële banken in Nederland. Beiden zouden hard achteruitgaan en voor een aantal zwakkere groepen beperkingen opleveren. Verschillende ouderenbonden in de stad Groningen, samenwerkend in het Stedelijk Overleg Ouderenbonden Groningen (SOOG), vinden dat het streven naar efficiëntie van banken te ver gaat en onderschrijven de negatieve signalen. Ouderen hebben forse kritiek op het dwingende pinbeleid, de sluiting van bankfilialen en de afname van persoonlijke service aan de balie. Zij voelen zich als trouwe klant aan de kant gezet en hebben het idee niet meer over hun eigen geld te kunnen beschikken.

Het SOOG heeft de Wetenschapswinkel Economie daarom gevraagd om een onafhankelijk onderzoek naar de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor ouderen in de stad Groningen te laten uitvoeren.

Dat het om een actueel probleem gaat, blijkt uit de ruime aandacht die recent aan dit onderwerp geschonken is. Zo hebben bijvoorbeeld de ouderenbonden Nederland in 2002 een eenmalige landelijke Meldactie Banken georganiseerd waar ouderen hun klachten over de dienstverlening van banken konden uiten, heeft de Consumentenbond continu aandacht voor het probleem van verslechterende dienstverlening en hebben onder meer de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB), De Nederlandse Bank (DNB) en de overheid onderzoek verricht naar tariefstructuren en naar oplossingen en oplossingsrichtingen voor de aangegeven problematiek.

§ 1.2 Dilemma interne efficiëntie versus externe effectiviteit

Volgens de *Nota Betalingsverkeer* van het Ministerie van Financiën¹ moet de betaalmarkt in Nederland efficiënt en veilig zijn en moeten belangen van de consument worden beschermd. Het gaat bij deze belangen onder meer om de toegankelijkheid van het betalingsverkeer die voor een ieder verzekerd moet zijn. Verder moeten consumenten over voldoende informatie beschikken om adequaat producten en prijzen te kunnen vergelijken, met andere woorden, de

¹ Tweede Kamer, 'Nota Betalingsverkeer, de markt voor girale betaalmiddelen', 27 863, nr. 1, vergaderjaar 2000-2001, p. 17.

markt moet transparant zijn. Een efficiënt betalingsverkeer en het gebruik van efficiënte betaalmiddelen zijn van belang om het betalingsverkeer voor consumenten in Nederland zo goedkoop mogelijk te houden. Daarbij geldt dat de mate van giralisering en automatisering van processen positief bijdraagt aan het verlagen van kosten.

Eenzijds moet het betalingsverkeer dus toegankelijk, veilig en transparant zijn, anderzijds zo efficiënt en goedkoop mogelijk. Dit is het interne efficiëntie versus externe effectiviteit dilemma dat binnen de bedrijfskunde en marketingtheorie veelvuldig aan de orde is.

Dat dit dilemma een spanningsveld in de markt creëert lijkt voort te komen uit de sterke mate van giralisering en automatisering van het Nederlandse betalingsverkeer over de laatste tien jaar. Dit heeft zich onder andere geuit in het vervangen van balies door geldautomaten en in de veranderde positie van de bankbalie van een transactiegerichte naar adviesgevende functie. Doordat het aantal bankbalies drastisch is teruggebracht wordt de consument aangemoedigd om eenvoudige bankzaken buiten de balie om te regelen. Een voorbeeld van dit ontmoedigingsbeleid is het hanteren van drempelbedragen bij geldopnames. De Meldactie Banken geeft aan dat het huidige beleid van banken de volgende problemen voor ouderen oplevert (ANBO, e.a., 2002):

- Niet alle ouderen beschikken over voldoende technische kennis om aan de technologische ontwikkelingen op gebied van giralisering en automatisering deel te nemen.
- Het vervangen van balies door geldautomaten roept bij sommige ouderen gevoelens van onveiligheid en onpersoonlijkheid op.
- Ouderen ervaren drempelbedragen bij de balie als een belemmering, omdat ze zich gedwongen voelen met grote bedragen over straat te moeten lopen.
- Door het sluiten van veel onrendabele bankfilialen, moet de consument meer afstand afleggen om een kantoor te bezoeken. Dit kan problemen opleveren voor mensen met fysieke beperkingen.
- Met de overgang naar nieuwe bankconcepten en geautomatiseerde processen is het serviceniveau van banken afgenomen. Met name het geven van voldoende informatie en de communicatie over het gebruik van de geldautomaat en/ of alternatieven wordt als gemis ervaren.

§ 1.3 Probleemstelling

De problemen die betrekking hebben op de toegankelijkheid van het betalingsverkeer omvatten derhalve aspecten van kwaliteit van dienstverlening, afstand/ bereikbaarheid van banken, beperktheid van technische kennis van de consument, gevoelens van onveiligheid/ angst, fysieke beperkingen en de behoefte aan sociaal contact. Deze aspecten hoeven niet in dezelfde mate voor alle ouderen te gelden. De centrale probleemstelling voor dit onderzoek is uitgewerkt in de volgende doel- en vraagstelling:

Doelstelling

Doel is te onderzoeken welke maatregelen effectief zijn voor de handhaving van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen.

Vraagstelling

Wat is de houding en het gedrag van ouderen ten aanzien van het gebruik van de geldautomaat en haar alternatieven, en welke problemen ondervinden zij hierbij?

Om de vraagstelling te analyseren is deze opgesplitst in de volgende drie onderzoeksvragen, waarbij eveneens de methodologie om elke onderzoeksvraag te beantwoorden wordt genoemd.

1. Welke oorzaken kunnen worden gevonden voor een (gepercipieerde) verslechtering van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer?

Op basis van een literatuur- en documentonderzoek zijn de recente ontwikkelingen in het betalingsverkeer aan zowel de aanbod- als vraagzijde geanalyseerd. Om de informatie te verkrijgen is gebruik gemaakt van de volgende gegevensbronnen:

- het Internet: onder meer websites van individuele banken, ouderenbonden, De Nederlandse Bank (DNB), de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB), Interpay, het Ministerie van Financiën, de Consumentenbond en de online versies van landelijke dagbladen;
- onderzoeksrapporten, gepubliceerd door DNB, NVB, Ouderenbonden Nederland, het Sociaal en Cultureel Planbureau en de Landelijke Organisatie Cliëntraden (LOC);
- de marketingliteratuur omtrent (kwaliteit van) diensten is bestudeerd, alsmede specifieke literatuur omtrent bankmarketing;
- Tweede Kamer stukken;

- Om de houding van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer specifiek in kaart te brengen zijn een tweetal focusgroup interviews met ouderen gehouden.

De resultaten van deze onderzoeksvraag zijn te vinden in hoofdstuk 2.

2. Welke ouderensegmenten kunnen worden onderscheiden, in relatie tot de toegankelijkheid van het betalingsverkeer, en welke problemen ondervinden deze individuele segmenten?

Op basis van de uitkomsten op onderzoeksvraag 1 is een enquête ontworpen, die onder ouderen in Groningen is afgenomen. Hierbij is een aantal variabelen gedefinieerd, op basis waarvan ouderen kunnen worden onderverdeeld in verschillende segmenten. Hierdoor kan een duidelijker beeld van de problemen binnen elk apart segment worden verkregen. De methodologie en onderzoeksresultaten van de enquête worden uitvoerig in hoofdstuk 3 behandeld.

3. Welke oplossingen zijn aangedragen en wat zijn de voor- en nadelen van deze oplossingen voor de gevonden ouderensegmenten?

Om te onderzoeken in hoeverre de bestaande en aangedragen oplossingen met betrekking tot de toegankelijkheid van het betalingsverkeer op de verschillende segmenten ouderen van toepassing zijn, zijn deze oplossingen in hoofdstuk 4 allereerst geïnventariseerd. Vervolgens zijn de voor- en nadelen van de oplossingen gerelateerd aan de ouderensegmenten die zijn gevonden bij onderzoeksvraag 2.

Ten slotte worden in hoofdstuk 5 de conclusies en aanbevelingen van dit onderzoek besproken.

§ 1.4 Beperkingen onderzoek

Het onderzoek heeft de volgende beperkingen:

- Betaalmiddelen kunnen worden onderscheiden op single purpose (bijvoorbeeld koopzegels, klantenkaarten), limited purpose (bijvoorbeeld VVV-bon, CD-bon) en multi purpose (bijvoorbeeld chartaal geld, pinpas, chipkaart). In dit onderzoek zijn alleen multi purpose betaalmiddelen meegenomen, aangezien de problematiek zich hier op concentreert.
- Waar in dit onderzoek over betalingsverkeer wordt gesproken, wordt het retail betalingsverkeer of ook wel de markt voor girale betaalmiddelen bedoeld. Dit is het dagelijks betalingsverkeer tussen bedrijven, overheden en consumenten. Hiermee is het topgirale, dat

wil zeggen het betalingsverkeer tussen banken onderling en tussen banken en DNB, buitengesloten.

- Het onderzoek is uitgevoerd vanuit een stedelijke situatie. De problemen die specifiek in dorpen op het platteland optreden hebben geen aandacht gekregen.
- Het begrip toegankelijkheid heeft twee verschillende betekenissen: toegankelijkheid in de vorm van bruikbaarheid en toegankelijkheid in de vorm van bereikbaarheid/ beschikbaarheid van financiële diensten. In dit onderzoek ligt de nadruk op de bruikbaarheid van alternatieven om geld op te nemen, zoals die momenteel door banken worden aangeboden, en dan met name de motivatie om wel of geen gebruik van een geldautomaat te maken.
- Het onderzoek heeft zeven maanden in beslag genomen.

Hoofdstuk 2 Ontwikkelingen in het betalingsverkeer

§ 2.1 Inleiding

De (gepercipieerde) verslechtering van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor ouderen heeft te maken met de kwaliteit van dienstverlening van banken; bepaalde consumenten vinden deze kwaliteit afgenomen. In paragraaf 2.2 wordt ingegaan op het belang van kwaliteit van dienstverlening van banken en hoe die kwaliteit kan worden gewaarborgd. Vervolgens worden in paragraaf 2.3 en 2.4 de belangrijkste ontwikkelingen in het betalingsverkeer aan de aanbodzijde - de banken -, in kaart gebracht en wordt aangegeven hoe de kwaliteit in bepaalde aspecten is afgenomen. Hierbij ligt de nadruk op de giralisering en automatisering van processen. Hoe deze ontwikkelingen doorwerken in de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor de consument komt in paragraaf 2.5 aan de orde. Om meer specifiek de gevolgen van deze ontwikkelingen voor ouderen in kaart te brengen zijn focusgroup interviews met ouderen gehouden. De opzet en resultaten van deze interviews zijn eveneens te vinden in paragraaf 2.5. Paragraaf 2.6 geeft de conclusie van dit hoofdstuk weer en vat de resultaten van de analyses uit dit hoofdstuk samen in een onderzoeksmodel.

§ 2.2 Kwaliteit van dienstverlening

Kwaliteit binnen dienstverlening is een belangrijke factor, omdat er een *directe* relatie is aan te geven met de tevredenheid van de consument. Bij een dienst vindt de productie, levering, consumptie en evaluatie namelijk vaak gelijktijdig plaats. Op dat moment is er weinig ruimte voor correcties en zijn er weinig interne evaluatiepunten. Ter illustratie: een klant die naar de kapper gaat, kan pas aan het eind van de knipbeurt een beoordeling geven, terwijl de kapper dan vaak niet veel meer kan veranderen.

Wanneer de consument feitelijk met de dienst in contact komt, ook wel het ‘moment of truth’ genoemd, wordt de dienst beoordeeld en de kwaliteit ervan bepaald (Grönroos, 1990). Daarbij geldt dat het ‘ontastbare’ element van een dienst de evaluatie ervan bemoeilijkt. Waar een product kan worden beoordeeld op bijvoorbeeld kleur, vorm, prijs of pasvorm, is dit bij een dienst vaak veel moeilijker. Het leveren van goede kwaliteit binnen dienstverlening is daarom onontbeerlijk. Om een uitspraak over de kwaliteit van dienstverlening, in relatie tot recente ontwikkelingen in het betalingsverkeer te doen, moet kwaliteit meetbaar worden gemaakt.

Het meten van de kwaliteit van dienstverlening in de bankenwereld

Verschillende onderzoeken hebben getracht om kwaliteit te operationaliseren. Avkiran (1994, 1999) ontwikkelde een instrument dat specifiek op het meten van kwaliteit van dienstverlening bij banken kan worden toegepast. Dit instrument, BANKSERV (Bank Service), is een variant op het bekende SERVQUAL (Service Quality) model, ontwikkeld door Parasuraman *et al.* (1985, 1988). Het model van Avkiran, beschreven in het artikel uit 1994, bestaat uit vier dimensies. Het zijn: (1) het optreden van het personeel, (2) geloofwaardigheid van het personeel, (3) communicatie en (4) de toegankelijkheid tot baliediensten.

In een artikel uit 1999 paste Avkiran zijn BANKSERV model toe in een onderzoek naar de dienstverlening van Australische banken. Belangrijkste conclusies uit dit onderzoek waren:

- om kwaliteit te blijven bieden is menselijk contact in een bank (nog steeds) onontbeerlijk;
- het optreden van het personeel (Staff conduct) is daarbij de sleutelvariabele;
- korte termijn efficiency, die wordt behaald door balies te vervangen door automaten, zal op lange termijn een negatief effect hebben op de klanttevredenheid en uiteindelijk ten nadele van de winstgevendheid zijn.

Prendergast en Marr (1994a, 1994b) en Combs en Bourne (1995) trekken in door hen uitgevoerd onderzoek soortgelijke conclusies:

- kosten in rekening brengen voor het geld opnemen aan de balie kan op korte termijn winst opleveren, maar zal op lange termijn de tevredenheid doen afnemen;
- er zullen altijd balies blijven, alleen zal hun functie binnen de bank veranderen van transactiegerichte acties naar verkoopgerichte acties (cross selling). Baliepersoneel zal hiertoe moeten worden getraind in verkooptechnieken.

Vriens en Oppewal onderzochten in 1994 de kwaliteit van dienstverlening bij banken onder 200 willekeurige respondenten in de stad Groningen. In dit onderzoek onderscheidden zij de volgende kwaliteitsdimensies: (1) accuratesse en vriendelijkheid van personeel, (2) competentie van het personeel, (3) fysieke en tastbare kenmerken (tangibles) en (4) toegankelijkheid.

Om de dimensies meetbaar te maken zijn 28 attributen geïdentificeerd.

Opmerkelijke uitkomst van het onderzoek was dat toegankelijkheid door de respondenten als minst belangrijk van de vier dimensies werd geacht, en dat accuratesse en vriendelijkheid van het personeel bovenaan stond. Bij de rangschikking van de 28 attributen werden de volgende vijf als meest relevant voor een kwalitatief goede dienstverlening geacht:

1. vriendelijkheid en beleefdheid van personeel;
2. klachtenafhandeling door het personeel;
3. de werking van geldautomaten;
4. het rentepercentage op een spaarrekening;
5. privacy aan de balie.

Het optreden van het personeel is volgens dit onderzoek één van de meest belangrijke aspecten. Reisafstand tot de bank (een attribuut van de dimensie Toegankelijkheid) werd qua importantie als 23ste van de 28 attributen genoemd. Dit is tegenstrijdig met de klacht van sommige ouderen dat, nu bankkantoren sluiten, ze steeds verder moeten reizen om een filiaal te kunnen bezoeken. Het onderzoek is echter niet representatief voor ouderen, omdat de steekproef alle leeftijden bevatte en niet alleen uit ouderen bestond. Bovendien dateert het onderzoek uit het begin van de jaren '90 en speelde de toegankelijkheidsproblematiek toen een minder belangrijke rol.

De resultaten uit bovenstaande onderzoeken geven allen aan dat het face-to-face contact als onderdeel van de kwaliteit van dienstverlening van banken een belangrijke dimensie is. Zoals de volgende paragraaf laat zien is in de afgelopen 10 jaar door de giralisering en automatisering juist dit face-to-face contact onder druk komen te staan.

§ 2.3 Van service naar self-service

Begin jaren negentig raakten technologische ontwikkelingen in een stroomversnelling. Banken bezonnen zich opnieuw over hoe, met behulp van deze ontwikkelingen, de klant kon worden bereikt met betrekking tot het betalingsverkeer. Met de komst van computergestuurde machines en het Internet zijn nieuwe, veelal elektronische, betaalmiddelen geïntroduceerd en hebben banken zich kunnen herpositioneren. Het oude beleid, waarin de balie als centrale bedieningsconcept functioneerde, werd voor de klant ontmoedigd en het nieuwe beleid, met de geldautomaat als exponent, gestimuleerd.

§ 2.3.1 Giralisering en automatisering

Giralisering

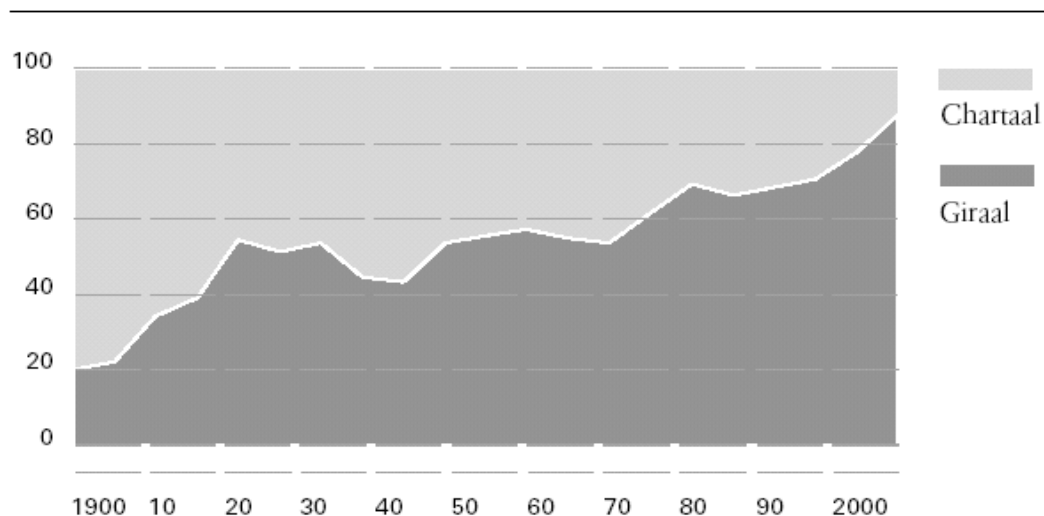
Om efficiënter te opereren heeft het beleid van banken zich de laatste tien jaar vooral gericht op het giraliseren en automatiseren van diverse processen in het betalingsverkeer. De grootste

kostenbesparende veranderingen zijn de geleidelijke vervanging van bankbalies door geldautomaten, waar de consument met behulp van een bankpas geld kan opnemen. Ter vergelijking: een balietransactie kost gemiddeld naar schatting 4,54, tegen een geldautomaatopname ongeveer 0,68.

Door deze giralisering heeft een verschuiving in het betalingsverkeer plaatsgevonden. Transacties zijn van chartaal geld, cheques en acceptgirokaarten naar pinnen, chippen, automatische incasso's en elektronisch bankieren via het Internet overgegaan. Er is sprake van een digitalisering van de leefwereld (SCP, 2000). Dit laat zich ook in cijfers uitdrukken.

Figuur 2.1 laat in een overzicht van de verhouding chartale/ girale geldhoeveelheid over de afgelopen 100 jaar zien dat het betalingsverkeer met een sprong van ongeveer 20% naar 89% sterk gegiraliseerd is. Hoewel in 2000 de Nederlandse consumenten totaal ruim 10 miljard betalingen verrichtten, waarvan naar schatting 7 miljard contant en 3 miljard giraal, was het aandeel van de contante betalingen in de totale waarde van de omzet in het betalingsverkeer slechts 2%.

In procenten van het totaal



Figuur 2.1: Geldhoeveelheid uitgesplitst naar chartaal en giraal

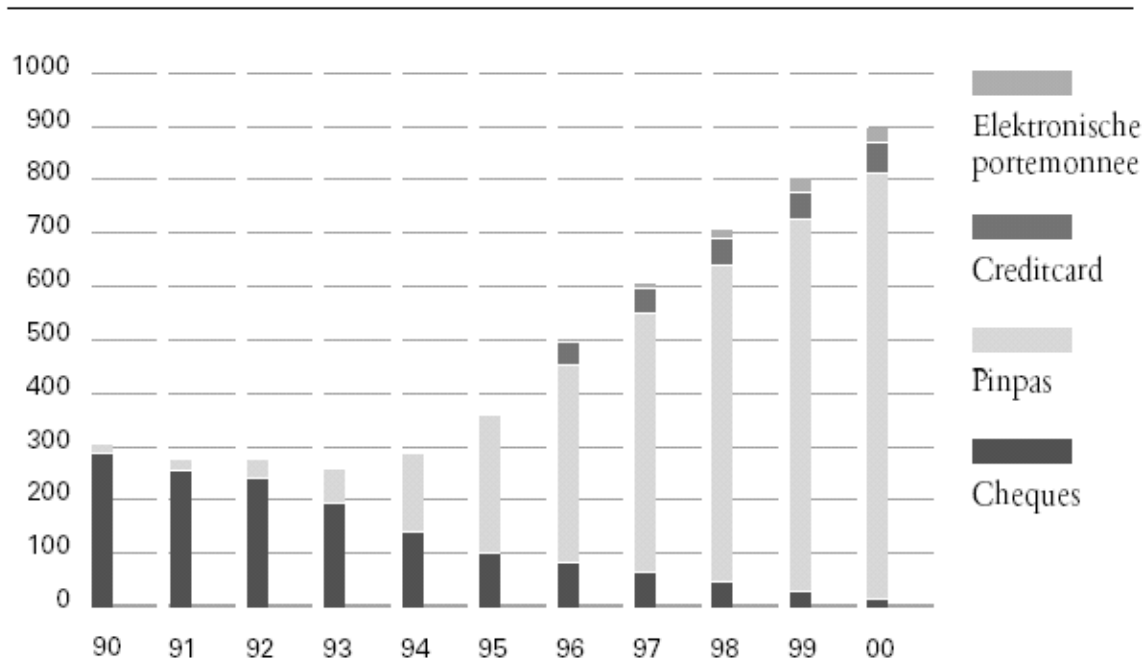
Bron: Jaarverslag 2000 DNB, p. 173.

In het toonbankverkeer wordt ook steeds vaker op elektronische wijze betaald². De meest in het oog springende ontwikkeling hierbij is de populariteit van de pinpas: in 1998 had 94% van de Nederlandse bevolking beschikking over een dergelijke pas.

² Met toonbankverkeer wordt bedoeld: het geldverkeer dat in winkels over de toonbank gaat.

Figuur 2.2 geeft inzicht in de gevolgen van de introductie van het pinnen en het uit de gratie raken en uiteindelijk verdwijnen van de cheque. De elektronische portemonnee, zoals die staat vermeld, is beter bekend als de Chipknip.

Aantal transacties in miljoenen



Figuur 2.2: *Gebruik elektronische toonbankinstrumenten in aantallen transacties*³

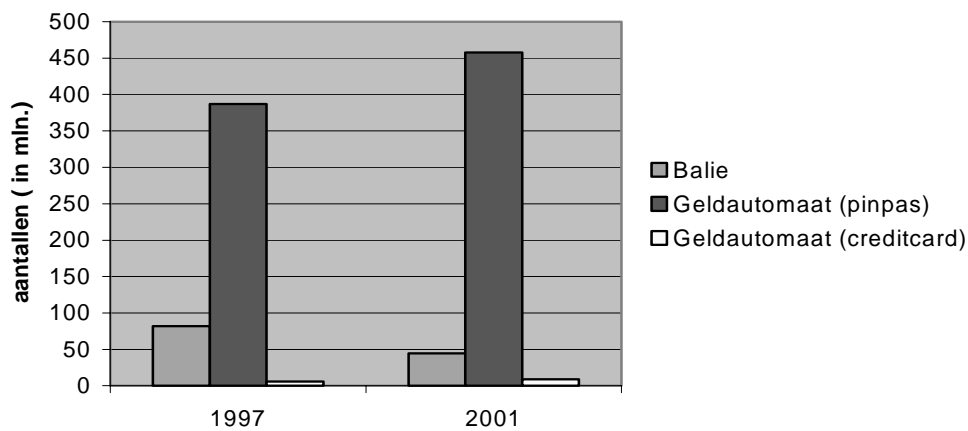
Bron: jaarverslag 200 DNB, p. 178.

De cheque werd in 1990 nog 300 miljoen keer gebruikt; sinds de komst van de Euro is deze vorm van betalen niet meer mogelijk. In 2001 is het aantal pintransacties inmiddels tot 954 miljoen gegroeid.

De giralisering van Nederland heeft bijna haar hoogtepunt bereikt: als laatste wordt, met de introductie van de Chipknip in 1996, getracht ook de kleine chartale betalingen giraal te maken. Na de introductie dreigde de Chipknip een flop te worden doordat de consument het nut er niet van in zag. Maar in 2001 vonden er gemiddeld zo'n 600.000 chiptransacties per week plaats, en in 2002 is dat al opgelopen tot 1,6 miljoen. Dat is een stijging van 275% in één jaar. Met de sterke toename van de girale infrastructuur heeft de consument haar betaalgedrag aangepast en valt zoals figuur 2.3 laat zien een verschuiving op te merken van geldopname via de bankbalie naar geldopname via de geldautomaat.

³ Gegevens over het gebruik van de creditcard in de periode voor 1996 zijn niet beschikbaar en daarom niet in deze grafiek verwerkt.

In figuur 2.3 staat voor 1997 en 2001 weergegeven hoe consumenten hun contante geld opnamen.



Figuur 2.3: *Contant geldopnames in aantal 1997 en 2001*

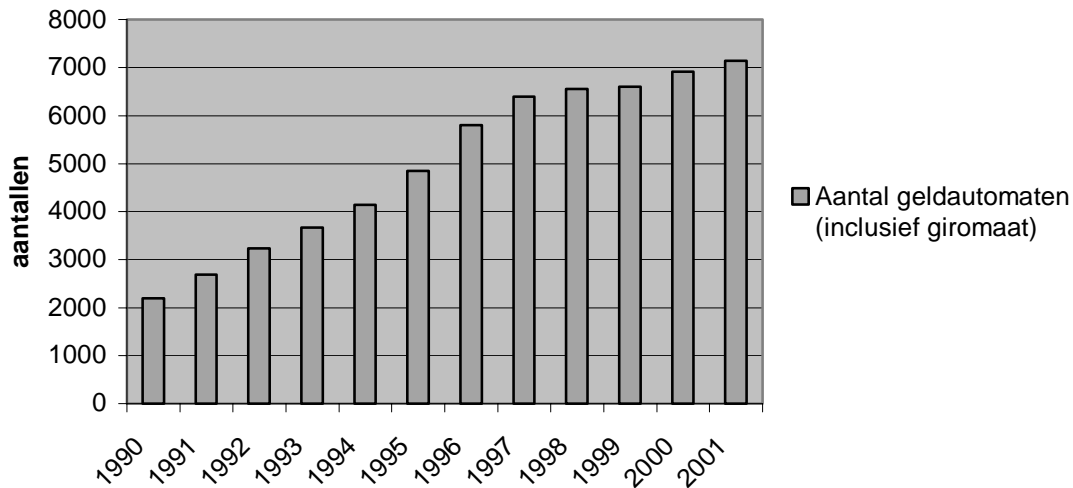
Bron: rapport DNB, 2002, p.56.

Contant geldopnames zijn op te splitsen in geldopnames via de balie van de bank, met een pinpas of met een creditcard. Geldopnames via de balie zijn in de periode 1997 – 2001 met bijna de helft (45%) gedaald, tegenover een toename van het pinnen met 18%. Verhoudingsgewijs werd in 2001 nog maar 9% van het totaal aan contant geld aan de balie opgenomen.

Automatisering

Om de betaling via elektronische systemen mogelijk te maken is er in Nederland een stevige infrastructuur aangelegd. Figuren 2.4 t/m 2.6 laten de enorme toename van het aantal geld- en betaalautomaten over de afgelopen jaren zien.

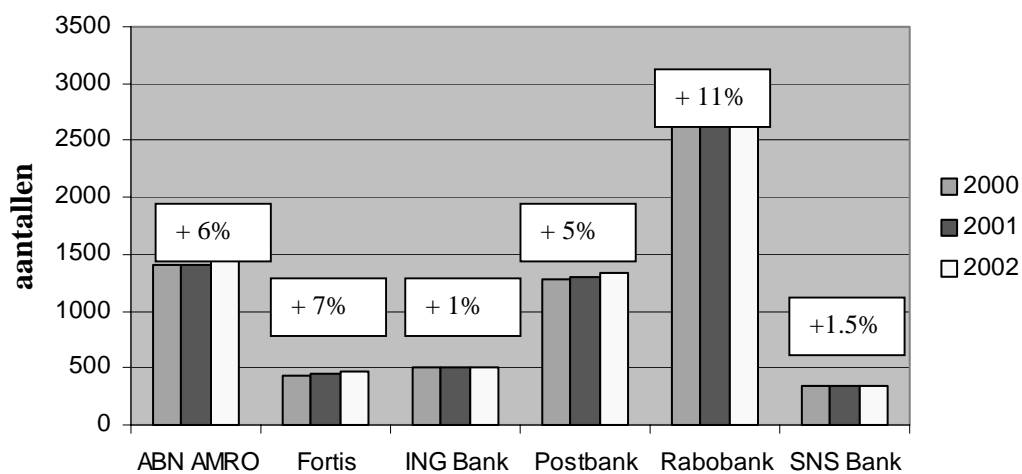
Uit figuur 2.4 valt af te lezen dat het aantal geldautomaten in 2001 met 7.142 meer dan verdrievoudigd is ten opzichte van 1990. Over de laatste vijf jaar valt op dat de groei in het aantal geldautomaten afvlakt. Voor een deel is dit te wijten aan verzadiging.



Figuur 2.4: *Groei aantal geldautomaten in Nederland*

Bron: www.interpay.nl.

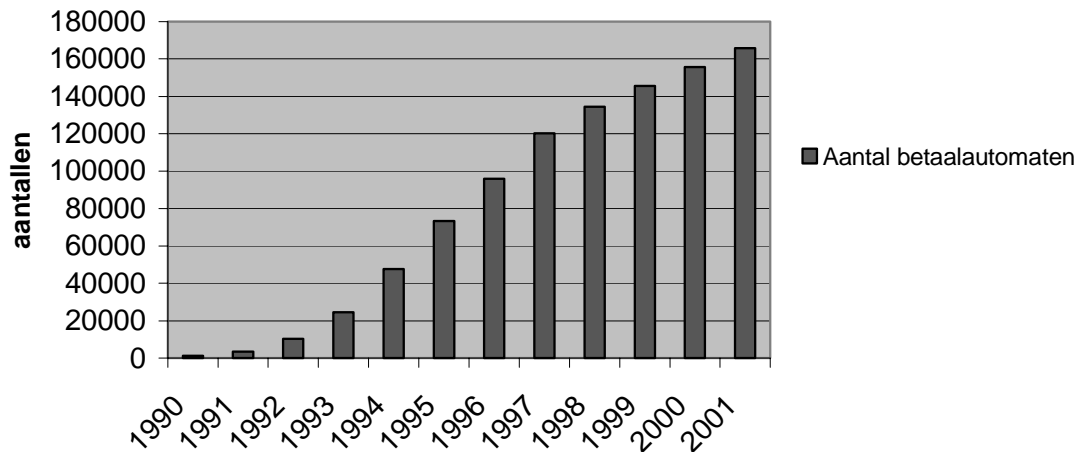
Dit beeld wordt bevestigd door figuur 2.5 waar de toename van geldautomaten over de laatste drie jaar is weergegeven, uitgesplitst naar verschillende banken.



Figuur 2.5: *Aantal geldautomaten retailbanken 2000-2002*

Bron: rapport NVB, 2002, bijlage 1.

De toename van het aantal betaalautomaten in Nederland is explosief te noemen, maar ook hier is een verzadigingspunt bereikt, want de procentuele toename per jaar is aan het afnemen (figuur 2.6). In tien jaar tijd zijn er ruim 165.000 betaalautomaten in het Nederlandse betalingsverkeer verschenen.



Figuur 2.6: *Aantal betaalautomaten in Nederland*

Bron: www.interpay.nl.

De automatisering en giralisering van het betalingsverkeer heeft de toegankelijkheid voor een aantal specifieke diensten doen toenemen. Innovaties als de geldautomaat, telefoon- en Internetbankieren zijn 7 dagen in de week, 24 uur per dag beschikbaar en op elke plaats ter wereld te gebruiken.

Toch ziet een toenemende groep ouderen de automatisering en giralisering als een belemmering waardoor de toegankelijkheid verslechtert. Dit heeft onder meer te maken met de herpositionering die banken, als gevolg van de technologische ontwikkeling, in gang konden zetten en de doorwerking daarvan voor de dienstverlening naar de klant toe.

§ 2.3.2 Herpositionering banken

De herpositionering van de banken uitte zich in het wijzigen van de functie van de balie, het sluiten van bankfilialen en het wijzigen van de tarifiering van producten en diensten.

Veranderde baliefunctie

De giralisering en automatisering van processen in het betalingsverkeer heeft ertoe geleid dat de functie van de balie is veranderd. Nog maar een paar jaren geleden was de balie de centrale ontmoetingsplaats binnen de bank waar veel, zo niet alle transacties plaatsvonden. Hier kon de klant terecht voor geldopnames en -stortingen, overschrijvingen per acceptgiro, het halen van cheques en vele soortgelijke handelingen. Nu kon de bank de balie vervangen door goedkopere en efficiëntere alternatieven, zoals de geldautomaat, waardoor de balie een ander functie kon krijgen. Dit uitte zich op drie fronten.

- Ten eerste stelden banken drempelbedragen in voor het opnemen van contant geld. Bij de verschillende banken in Nederland varieerde dit bedrag tussen 500 en 1.250 (ANBO, e.a., 2002). Dit bedrag moest de klant minimaal opnemen, anders werd deze doorverwezen naar de geldautomaat. Op deze wijze probeerden banken het geld opnemen aan de balie te ontmoedigen.
- Ten tweede verschoven banken hun activiteiten van de front naar de back office. De front office zijn de handelingen die zichtbaar voor de klant worden uitgevoerd en waar de klant vaak zelf bij betrokken is, de back office zijn de handelingen die achter de schermen plaatsvinden. De traditionele balies werden in het moderne balieconcept vervangen door één centrale receptie. Voor de meeste handelingen werd van daaruit doorverwezen naar automaten of machines die binnen en buiten het bankgebouw staan. De activiteiten van het overige bankpersoneel vonden plaats in aparte afgeschermdes kantoorruimtes of achter zuilen en/of schermen. Voor de klant betekende het moderne balieconcept minder transparantie en meer afstandelijkheid. Bovendien was een veel gehoorde klacht van klanten dat de nieuwe bankgebouwen een onpersoonlijke, kille en lege uitstraling kregen.
- Ten derde kreeg de balie een meer adviesgevende en verkopende rol binnen de bank, in plaats van de voorheen belangrijke transactiegerichte functie. Naast het eenvoudige geldtransactieverkeer boden banken ook producten en diensten aan als verzekeringen, beleggingsproducten, spaarproducten en zelfs vakantiehuizen. Dit wordt ook wel cross selling genoemd, ofwel het horizontaal verbreden van het aanbod van producten en diensten. De baliemedewerker werd steeds meer verkoopmedewerker en kreeg daarmee nieuwe taken en verantwoordelijkheden. Probleem hierbij is dat transactiegerichte en verkoopgerichte activiteiten niet gemakkelijk kunnen worden onderscheiden en niet los van elkaar kunnen worden gezien. Banken wisten hierdoor niet altijd de juiste balans te vinden tussen het buiten het gebouw houden van de klant, door ze naar de geldautomaat, Internet- of telefoonbankieren te sturen, en het binnenhalen van de klant om producten en diensten te

kunnen verkopen en een (lange termijn) relatie op te bouwen. In het buitenland is dit ook reeds gesignaleerd en zijn sommige banken terugkomen op het idee van het vervangen van bemenste balies door automaten (Prendergast en Marr; 1994a, 1994b, Combs en Bourne; 1995, Harrison; 2000). Laatstgenoemde auteur noemt in haar boek het volgende:

“Waar eerst de consument werd gedwongen om geldtransacties op straat uit te voeren, kwamen banken er snel achter dat één van de basisfuncties van de balie, geldopnames, steeds minder vaak binnen plaatsvonden. Mensen hadden geen reden meer om een kantoor binnen te lopen. Dit had serieuze gevolgen voor de mogelijkheid om face-to-face met de klanten te praten en verkoopmogelijkheden te identificeren. Tegenwoordig worden geldautomaten daarom steeds vaker weer in de bank geplaatst om klanten terug te krijgen en ze bloot te stellen aan allerlei andere (nieuwe) producten en diensten” (Harrison, 2000, p. 155).

Sluiten van bankfilialen

Naast de verandering van de baliefunctie binnen de bank, konden als gevolg van de technologische ontwikkelingen meer ingrijpende efficiëntiemaatregelen worden gerealiseerd, namelijk het sluiten van (minder rendabele) bankfilialen. In box 1 laat een terugblik in het Financieele Dagblad van de afgelopen twee jaar zien dat alle banken voornemens hadden om kantoren, vaak in de honderden oplopend, te sluiten⁴.

Box 1 Sluiting van bankfilialen

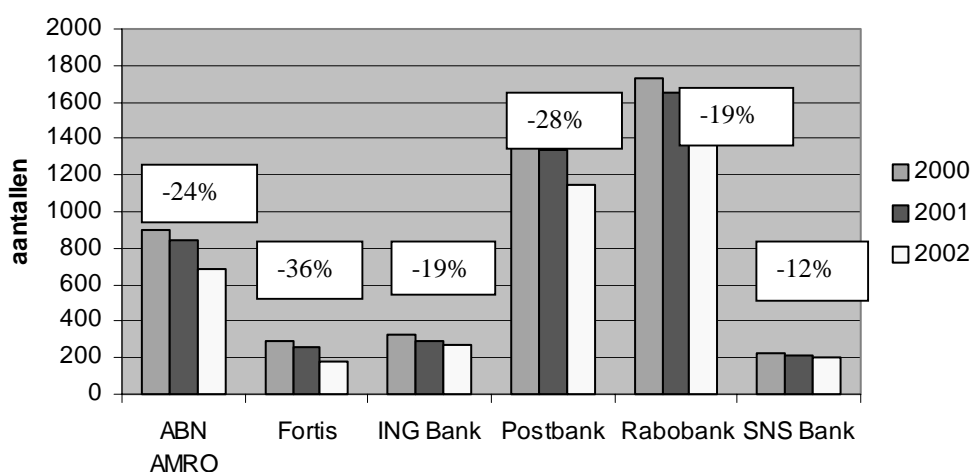
ABN AMRO stuurde september 2001 in het kader van de reorganisatie ‘Zonder Omwegen’ haar medewerkers een brief waarin stond of zij misbaar waren of niet. Het personeelsbestand moest met 20% worden teruggebracht. Inmiddels hebben 6.673 mensen gebruik gemaakt van de vrijwillige vertrekregeling, een vertegenwoordiging van 5.000 voltijdbanen. Daarnaast worden er van de 863 ‘klassieke’ bankkantoren er 570 omgevormd tot ‘bankshops’ voor alleen elementaire diensten. 150 kantoren worden gesloten. Het kantorennetwerk van de Rabobank liep de afgelopen tien jaar terug van 1.000 naar 369 en dat moeten er uiteindelijk 300 worden. In 2000 werd al gepubliceerd dat er 3.000 van de, in totaal, 37.000 banen moet verdwijnen. Fortis Bank heeft in 2001 aangekondigd dat in twee jaar van 300 naar 180 kantoren wordt ingekrompen. Deze reorganisatie gaat gepaard met het verdwijnen van 300 arbeidsplaatsen. In 2002 verdwijnen daarnaast nog eens 900 banen in België.

⁴ Alle cijfers zijn afkomstig uit artikelen, die de afgelopen twee jaar in Het Financieele Dagblad zijn gepubliceerd.

ING Bank kondigde in 2002 aan dat er in het kantorennetwerk zou worden gesneden. Binnen twee jaar worden er 17 van de 285 kantoren gesloten, wat per saldo tot een verlies van 580 arbeidsplaatsen leidt.

De Postbank gaat het aantal postkantoren tot 2005 omlaag brengen van 2.200 naar 800.

In het rapport Landelijke Meldactie Banken (ANBO e.a., 2002) werden in interviews met de directies van Nederlandse banken de volgende getallen genoemd over het aantal vestigingen dat zou worden gesloten: ABN AMRO (130), Fortis (90), ING (80), Rabobank (geen info) en SNS (0). Deze cijfers komen niet overeen met de cijfers in box 1. Er blijkt dus onduidelijkheid over de precieze getallen te bestaan. Wat wel duidelijk is, is dat sluiting de trend is en dit voorlopig nog zeker doorzet. Dit beeld wordt bevestigd door figuur 2.7 waarin de veranderingen in het aantal kantoren over de laatste drie jaar van de belangrijkste banken is weergegeven. De figuur laat zien dat in slechts drie jaar tijd het aantal bankkantoren in een snel tempo afgenomen is en werd vervangen door nieuwe geldautomaten (zie ook figuur 2.5).



Figuur 2.7: Aantal bankkantoren retailbanken 2000-2002

Bron: rapport NVB, 2002, bijlage 1.

Naast het sluiten van de bankfilialen weigerden banken steeds vaker klanten in verpleeg- en verzorgingstehuizen te bezoeken. De laatste twee jaar werd deze dienstverlening drastisch teruggebracht. Uit een rapport van de Landelijke Organisatie Cliëntenraden (LOC en Arcares, 2002) blijkt dat banken in 2001 (in één jaar tijd) de dienstverlening in maar liefst 525 verpleeg- en verzorgingstehuizen hebben beëindigd. Nederland telde toen ongeveer 1600 verpleeg- en verzorgingstehuizen.

Wijziging tarifiering van producten en diensten

De tarifiering van het betalingsverkeer in Nederland geschiedt op een indirecte manier, dat wil zeggen dat er geen directe kosten aan transacties worden toegerekend. Banken verrekenen deze kosten met de rentepercentages die op de bankrekening worden verkregen. Met ander woorden, consumenten ontvangen zeer weinig tot geen rente (DNB, 2002).

De automatisering maakte het voor banken steeds beter mogelijk om transactiekosten op een directe manier aan de consument door te berekenen, zoals bijvoorbeeld bij het betalen per acceptgiro. Op deze manier konden de transactiekosten transparanter voor de consument worden gemaakt. Voor steeds meer producten en diensten, zoals bijvoorbeeld het hebben van een pinpas, het wekelijks ontvangen van rekeningafschriften of Internetbankieren gingen banken (meer) kosten in rekening brengen (Consumentengids, januari 2002). In box 2 zijn een aantal voorbeelden opgenomen.

Box 2 Voorbeelden van (gestegen) kosten voor financiële diensten

- De Rabobank heeft de minimumkosten voor geldopnames met een creditcard met 33% verhoogd, van 3,40 naar 4,50;
 - Een giropas van de Postbank was gratis en kost nu 7;
 - Een Europas bij ABN AMRO kostte 1,92 en kost nu 11, bij ING bank en SNS bank zijn deze bedragen eveneens ongeveer vervijfvoudigd;
 - Het wekelijks ontvangen van bankafschriften bij de ING bank kost 17,68 per jaar;
 - Geen enkele bank vergoedt nog creditrente op een basisbetaalrekening, behalve ING bank, als het tegoed meer is dan 900. Het percentage is daar evenwel van 0,5% naar 0,25% verlaagd.
 - Off-line bankieren is bij niet één bank meer gratis en niet eens altijd mogelijk, terwijl Internetbankieren steeds vaker als onveilig wordt beschouwd. Een aantal banken geeft op hun website expliciet aan dat het systeem niet 100% waterdicht is⁵.
-

In de ogen van de consument namen de kosten toe, terwijl de service van banken in bepaalde aspecten afnam. Waar verwacht werd dat het betalingsverkeer efficiënter en dus goedkoper zou worden, ging voor sommige aspecten de prijs juist omhoog. Opmerkelijk is dat de invoering van tarieven zowel voor diensten uit het oude beleid (bijvoorbeeld het betalen voor ontvangen rekeningafschriften), als ook voor diensten uit het nieuwe beleid (bijvoorbeeld het betalen voor Internetbankieren) gold. Hiermee werden klanten die aan moderne (lees: effici-

⁵ Zie bijvoorbeeld: <http://www.abnamro.nl/internetbankieren>,
<http://www.snsbank.nl/index.asp?NavigationID=232>.

ente) vormen van het betalingsverkeer wilden deelnemen rechtstreeks ontmoedigd, waardoor de toegankelijkheid van het betalingsverkeer afnam.

Vooralsnog zorgt de onduidelijkheid van tarifiering voor veel maatschappelijke onrust en onbegrip, te meer wanneer het in relatie wordt getrokken met de hoge binding en betrokkenheid van de consument (zie ook figuur 2.8): het druist voor veel klanten tegen het gevoel in dat hoe langer je bij een bank zit, des te meer kosten je moet betalen voor afnemende service. Banken zijn in dat opzicht ook een vrij unieke sector.

§ 2.4 Bewegingsruimte van de bank en de consument

Naast de ontwikkelingen met betrekking tot giralisering en automatisering en de gevolgen voor de balie en bankkantoren, waren er tevens ontwikkelingen die de bewegingsruimte van de bank en de consument hebben beïnvloed. Deze paragraaf gaat hier nader op in.

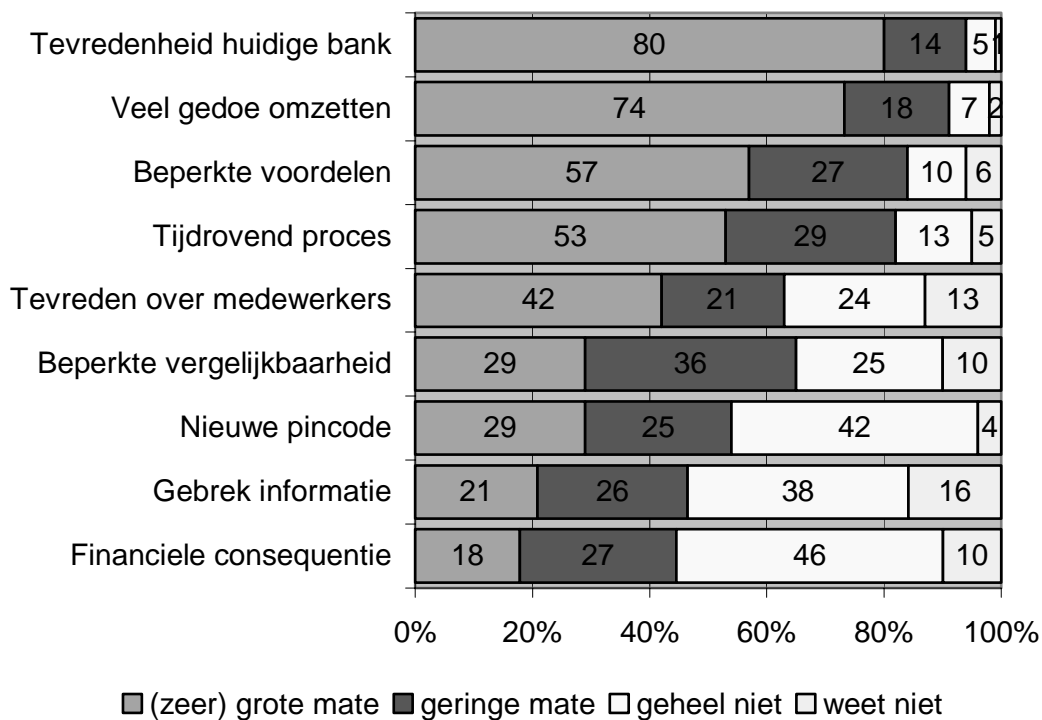
Hoge concentratiegraad

In Nederland zijn ongeveer 70 banken die een betaalrekening aanbieden. Door diverse fusies en overnames in de jaren negentig is de markt echter zeer geconcentreerd: de vier grootste banken bezitten gemeten naar aantallen betaalrekeningen en betalingen samen een marktaandeel van circa 85%. De vier zijn: ABN AMRO, Rabobank, ING Groep en Fortis, waarbij de Rabobank en ING (lees: Postbank) de grootste aanbieders zijn.

Op de markt voor betaalmiddelen zijn aan de ene kant weinig alternatieve producten die in de vraag zouden kunnen voorzien, aan de andere kant zijn er weinig potentiële aanbieders die op korte termijn en zonder veel kosten additionele capaciteit ter beschikking kunnen stellen voor het aanbieden van deze producten en diensten. Een voorbeeld van een aanbieder die zich in beperkte mate met financiële dienstverlening bezighoudt is supermarktketen Ahold, waar de consument een spaarrekening bij Albert Heijn kan openen. Bijna alle supermarkten bieden tegenwoordig ook de service om extra geld te kunnen pinnen bij het afrekenen van de boodschappen. Geld storten is vooralsnog niet mogelijk.

Door de concentratie van aanbieders is gevaar van kartelvorming en machtsmisbruik aanwezig. Dit uit zich onder meer in hoge uittredingsbarrières voor de consument. Eén van deze barrières is bijvoorbeeld de nummerportabiliteit. Dit houdt in dat het voor de consument erg lastig, dan wel niet mogelijk is, om met behoud van het eigen rekeningnummer naar een andere bank over te stappen. Een recent onderzoek van de Consumentenbond laat de belangrijkste

barrières om naar een andere bank over te stappen zien. De resultaten van het onderzoek zijn opgenomen in figuur 2.8.



Figuur 2.8: *Barrières die mensen weerhouden om van bank te veranderen voor hun betaalrekening*

Bron: rapport Consumentenbond, februari 2002.

Figuur 2.8 laat zien dat 74% van de respondenten uit het onderzoek van de consumentenbond het 'veel gedoe' vindt om van bank te wisselen. Dit heeft te maken met de grote hoeveelheid administratieve handelingen om bijvoorbeeld alle automatische incasso's te wijzigen. Meer dan de helft (57%) ziet beperkte voordelen om van bank te wisselen. Dit impliceert dat de dienstverlening van banken onderling niet veel verschilt. Vier van de vijf respondenten gaven in het consumentenonderzoek tevens aan dat ze tevreden zijn met de huidige bank. Uit hetzelfde onderzoek bleek daarnaast dat 80% van de mensen met een betaalrekening 20 jaar of langer bij dezelfde bank zit; de binding met de bank is zeer hoog.

De hoge concentratiegraad van banken en niet mogelijke nummerportabiliteit hebben ervoor gezorgd dat de consument weinig bewegingsvrijheid heeft om van bank te wisselen. De bewegingsruimte van banken is daarentegen hoog, mede door een beperkte rol van de overheid.

Beperkte rol van de overheid

De Minister van Financiën is verantwoordelijk voor het overheidsbeleid ten aanzien van financiële markten en instellingen. Wettelijk gezien heeft de overheid geen bevoegdheden waar het gaat om het pakket van bancaire diensten dat wordt aangeboden en op welke manier dat gebeurt. Alleen voor de Postbank geldt de Postbankwet. De tekst van artikel 12 van deze wet luidt:

“De Postbank NV maakt bij de uitoefening van haar bedrijf in ieder geval gebruik van die postinrichtingen van PTT Post BV welke door onze Minister van Verkeer en Waterstaat, na overleg met de bank en PTT Post BV, zijn aangewezen.”

Er is in een aantal richtlijnen bepaald dat binnen een bepaalde regio een minimum aantal postkantoren dient te zijn. De overheid heeft echter geen bevoegdheden wanneer het gaat om het pakket van bancaire diensten dat de Postbank aanbiedt.⁶

Banken hebben wel een zekere maatschappelijke zorgplicht om voldoende toegang tot hun diensten te bieden. Het beleid van de overheid is daarbij gericht op het stimuleren van banken, om een minimum aan toegankelijkheid van betaalfuncties te waarborgen. Ten aanzien van regelgeving voor het betalingsverkeer neemt de overheid een terughoudende opstelling in, en legt zij de verantwoordelijkheid voor het goed functioneren in de eerste plaats bij de marktpartijen.

De overheid besteedt wel aandacht aan de toegankelijkheid van kantoren en geldautomaten, met name waar het om veiligheid, privacy, betrouwbaarheid en mededinging gaat. Voor dit laatste is de Nederlandse Mededingsautoriteit bevoegd erop toe te zien dat de Mededingswet door de banken wordt nageleefd. Door de hoge concentratiegraad en weinig alternatieve aanbieders moeten de mededingingswetten continu door de Nederlandse Mededingsautoriteit (NMa) worden toegepast om te onderzoeken of er geen sprake is van kartelvorming of een machtspositie.

Acties van de overheid

Mede door de negatieve signalen vanuit de samenleving heeft De Tweede Kamer zich in de tweede helft van 2001 over de problematiek van de service bij banken gebogen door het stellen van kamervragen⁷. De toenmalige minister van Financiën, Gerrit Zalm, heeft toegezegd

⁶ Antwoord op kamervragen Ravestein over sluiting van postagentschappen, 24 januari 2002.

⁷ Kamervragen Wijn en Mosterd over serviceniveau van banken, 27 augustus 2001.

- Kamervragen Ravenstein over postvestigingen, 17 december 2001.

zich te zullen inspannen en met een rapport te komen. Daarnaast heeft de minister De Nederlandse Bank (DNB) en de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB) opdracht gegeven om met rapporten en aanbevelingen te komen. DNB heeft daartoe in maart 2002 het rapport ‘Tariefstructuren en infrastructuur in het Nederlandse massale betalingsverkeer’ gepubliceerd en in mei 2002 is het rapport ‘Aanbevelingen voor de toegankelijkheid en bereikbaarheid van bankdiensten’ door de NVB verschenen.

De PvdA heeft in 2001 en in 2002 een initiatiefwetsvoorstel ingediend dat ervoor moet zorgen dat banken een minimumniveau van toegankelijkheid, service en veiligheid garanderen.

De minister van Financiën, Hans Hoogervorst, heeft in september 2002 het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer (MOB) opgericht dat moet voorzien in een maatschappelijk efficiënte inrichting van het betalingsverkeer. Het overlegorgaan bestaat uit verschillende belangengroepen en kan de minister gevraagd en ongevraagd informeren over maatschappelijke aspecten van het betalingsverkeer. Eenmaal per jaar brengt het MOB een rapportage uit aan de minister. Een aantal jaren geleden bestond er een Werkgroep Efficiency Betalingsverkeer die dezelfde soort taak had en daarmee is het MOB in zekere zin oude wijn in nieuwe zakken. Dat de overheid overigens net als banken soms meedoet aan dwingend beleid, is af te leiden uit het feit dat steeds meer gemeenten parkeermeters plaatsen, waar uitsluitend met de Chipknip kan worden betaald, zodat de consument wordt gedwongen deze dienst te accepteren en te gebruiken (Het Financieele Dagblad, 3 april 2002).

§ 2.5 De reactie van ouderen op ontwikkelingen in het betalingsverkeer

In het voorgaande is beschreven dat het betalingsverkeer de afgelopen jaren behoorlijk is veranderd. Met de introductie van innovaties als de geldautomaat konden banken de stap naar efficiënter opereren in gang zetten. Niet iedere consument heeft hier op dezelfde wijze gereageerd en bepaalde consumenten staan zelfs negatief tegenover de recente ontwikkelingen in het betalingsverkeer. Zij ervaren dat de kwaliteit van dienstverlening is afgenomen. Deze paragraaf gaat dieper in op de reacties van ouderen ten aanzien van de ontwikkelingen in het betalingsverkeer en de mogelijke oorzaken hiervoor. De nadruk ligt op de reactie ten aanzien van de introductie van de geldautomaat en hoe ouderen daar mee omgegaan zijn.

§ 2.5.1 Adoptiebarrières bij het gebruik van de geldautomaat

Bij de introductie van de geldautomaat kon de consument kiezen om wel of geen gebruik van deze dienst te gaan maken. In de literatuur wordt dit keuzeproces ook wel als de adoptie van innovaties aangeduid (Rogers, 1995). Dit adoptieproces bestaat uit een vijftal fasen die een consument doorloopt voordat een innovatief product (of dienst) wordt geaccepteerd. De fasen bestaan uit:

1. kennis opdoen van de innovatie;
2. interesse in de innovatie tonen;
3. de innovatie evalueren;
4. de innovatie proberen;
5. en uiteindelijk de adoptie (of verwerping) van de innovatie.

Onderzoek van Zeithaml en Berry (1985) wijst uit dat ouderen vaak de laatsten zijn die een innovatie adopteren en sommige ouderen hebben wellicht het adoptieproces voor nieuwe diensten in het betalingsverkeer niet volledig doorlopen, waardoor zij uiteindelijk niet zijn begonnen met bijvoorbeeld het pinnen uit een geldautomaat. Deze ouderen hebben adoptiebarrières. Lunsford en Burnett (1992) noemen in hun onderzoek een aantal adoptiebarrières die vaak bij ouderen optreden:

- het nieuwe product heeft geen toegevoegde waarde;
- het zelfimago wordt aangetast door het gebruik van het nieuwe product;
- ouderen hebben andere culturele waarden (bijvoorbeeld zuinigheid);
- er worden risico's waargenomen. Ouderen die in een nieuw product zijn geïnteresseerd gaan op zoek naar informatie, maar wanneer deze informatie voor hen moeilijk te interpreteren is, kiezen ze eerder om het product niet aan te schaffen, dan om het risico te nemen.

Naar het gebruik van geldautomaten door ouderen en de adoptiebarrières die daarbij optreden is legio onderzoek gedaan (Rogers *et al.*, 1996a, 1996b, 1997a en 1997b). Hieruit komt onder andere naar voren dat ouderen de geldautomaat minder vaak gebruiken dan jongere leeftijdsgroepen en dat de meerderheid van de ouderen deze machines niet gebruikt. Door de jaren heen valt wel een toename te constateren.

Uit de publicaties van Rogers *et al.* blijkt dat er voor ouderen drie belangrijke redenen zijn om het gebruik van de geldautomaat niet te adopteren:

- ouderen treden liever met mensen dan met machines in contact;
- ouderen hebben geen behoefte aan de dienst;

- ouderen vinden dat het systeem te weinig privacy biedt.

Rogers' onderzoek wijst tevens uit dat er veel verbeteringen met betrekking tot het design en het geven van trainingen en voorlichting kunnen worden gemaakt. Er wordt daarbij de kanttekening gemaakt, dat ondanks intensieve training, er altijd een groep mensen blijft die daarna nog steeds niet met de automaten kan of wil omgaan.

Smither en Braun (1994) bevestigen in hun onderzoek bovenstaande bevindingen ten aanzien van ouderen:

- de belangrijkste redenen om geen geldautomaat te gebruiken zijn: de dienst is overbodig, het is te moeilijk of intimiderend, het is onveilig of er is een voorkeur om met mensen in contact te treden in plaats van met machines;
- persoonlijke veiligheid is een heel belangrijke issue voor ouderen;
- ouderen met meer technische kennis en vaardigheden gebruiken vaker een geldautomaat.

§ 2.5.2 Focusgroup interviews

De beschreven onderzoeken over adoptiebarrières van ouderen voor het gebruik van de geldautomaat zijn allen in het buitenland uitgevoerd. Om meer te weten te komen over adoptiebarrières van ouderen in de stad Groningen, zijn zogenaamde focusgroup interviews met ouderen gehouden⁸. Hieronder wordt de opzet van de focusgroup interviews toegelicht, gevolgd door de uitkomsten.

Opzet van de focusgroup interviews

Er zijn twee interviewsessies gehouden, waarvoor per keer zeven ouderen waren uitgenodigd. Met deze groeps grootte is het overzicht nog te bewaren, maar kunnen voldoende verschillende inzichten naar voren komen (Krueger, 1994). De interviews zijn in samenwerking met het SOOG georganiseerd. Een medewerker van het SOOG heeft de deelnemers geselecteerd.

Daarbij is rekening gehouden met de volgende criteria: een evenwichtige man/ vrouwverhouding, deelnemers uit verschillende leeftijdscategorieën variërend van 55 tot 73 jaar, een diverse sociale achtergrond en twee ouderen met een handicap, te weten een rolstoelgebruiker en een slechtziende. Op deze manier is geprobeerd om zoveel mogelijk verschillende standpun-

⁸ Focusgroup interviews zijn groepsinterviews waarin een kleine groep, vooraf geselecteerde, deelnemers discussieert over onderwerpen en vragen die een onderzoeker aan de orde stelt. De onderzoeker neemt daarbij de rol van discussieleider op zich. Doordat er gestructureerd aandacht wordt besteed aan een aantal vooraf bepaalde onderwerpen zijn focusgroup interviews zeer geschikt om kwalitatieve data te genereren die als input voor een enquête kan worden gebruikt (Krueger, 1994).

ten en opvattingen ten aanzien van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer boven tafel te krijgen. De interviews vonden plaats op het kantoor van het SOOG in Groningen.

Op basis van het literatuur- en documentonderzoek zijn een aantal vooronderstellingen gemaakt waarop de gespreksonderwerpen werden afgestemd. Deze onderwerpen en het interviewschema zijn terug te vinden in bijlage 1.

Uitkomsten van de focusgroup interviews

De belangrijkste uitkomsten van de focusgroup interviews waren:

1. Deelnemers vinden banken ‘saai’ en ‘een dooie boel’ geworden, maar over het algemeen zijn ze wel tevreden over hun bank.
2. De informatie- en communicatievoorziening omtrent financiële diensten met betrekking tot het betalingsverkeer werd als slecht ervaren. Veel informatie ten aanzien van ontwikkelingen in het betalingsverkeer en nieuwe diensten werd vanuit de media verkregen. Een aantal deelnemers ervaarde dat van de één op de andere dag niet meer aan de balie geld kon worden opgenomen, zonder hiervan op de hoogte te zijn gesteld.
Over oplossingen als bijvoorbeeld een baliepas, geldbezorgservice, of bankbus was meer dan de helft van de deelnemers niet op de hoogte, eveneens als de criteria om ervoor in aanmerking te komen.
3. Er zijn verschillende motieven aangegeven waarom wel of juist geen gebruik gemaakt wordt van een geldautomaat.
 - Belangrijke motieven om gebruik van de geldautomaat te maken:
 - o het is gemakkelijk;
 - o er kan op elk moment geld worden gehaald;
 - o geen behoefte om persoonlijk contact te hoeven aangaan.
 - Belangrijke motieven om geen gebruik van de geldautomaat te maken:
 - o persoonlijk contact met bankbediende ontbreekt;
 - o het geeft een onveilig gevoel doordat mensen over de rug mee kunnen kijken en je overvallen kan worden;
 - o het is een inbreuk op de privacy;
 - o de schermen zijn onleesbaar.
4. De sociale behoefte van de klant en de uitstraling en het imago van de bank sluiten niet altijd (meer) op elkaar aan. Een groep deelnemers heeft behoefte om een praatje te maken en daar is steeds minder ruimte voor binnen de bank. Veel kantoren zijn kil en onpersoon-

lijk geworden en hebben een negatieve uitstraling, terwijl de klant meer gezelligheid verwacht.

5. De technische kennis die benodigd is om volledig aan het moderne betalingsverkeer deel te kunnen nemen is niet bij iedereen aanwezig.
6. De deelnemers hadden verschillende opvattingen over de vraag of nieuwe diensten van een bank wel of geen uitdaging zijn. Sommige deelnemers gaven aan het een uitdaging te vinden om nieuwe dingen te leren, anderen gaven aan hier geen behoefte aan te hebben.
7. De meeste deelnemers hadden begrip voor de ontwikkelingen binnen de bank, zoals het vervangen van balies door geldautomaten. Er is echter onbegrip over het feit dat de bank werk uit handen wordt genomen door te gaan pinnen en Internetbankieren en dat daar vervolgens kosten voor in rekening worden gebracht.

§ 2.6 Conclusie ontwikkelingen in het betalingsverkeer

Face-tot-face contact is een belangrijk onderdeel van de kwaliteit van de dienstverlening van banken. Door de giralisering en automatisering van het betalingsverkeer is juist dit face-to-face contact onder druk komen te staan: de herpositionering van de banken richtte zich op het zoveel mogelijk buiten de balie laten plaatsvinden van transacties en deze te vervangen door efficiëntere bedieningsconcepten, waarvan de geldautomaat het meest vooraanstaande is. De belangrijkste ontwikkelingen die uit de giralisering en automatisering voortvloeiden waren:

- een verandering van de baliefunctie, gekenmerkt door:
 - een rechtstreekse ontmoediging om geld op te nemen door de invoering van drempelbedragen;
 - het verschuiven van activiteiten van de front naar de back office, waardoor het betalingsverkeer minder transparant en afstandelijker werd;
 - een verschuiving van transactiegerichte naar adviesgevende/ verkoopgerichte functie;
- het sluiten van minder rendabele bankfilialen, waardoor de fysieke bereikbaarheid afnam;
- de wijziging in de tarifiering van financiële producten en diensten, waarbij de kosten voor bepaalde aspecten zijn gestegen;
- een veranderde bewegingsruimte van bank en consument, waarbij de bank door sterke concentratie een zekere machtspositie heeft verworven en de consument weinig aanbodsalternatieven vindt en uittredingsbarrières in de vorm van onder meer nummerportabiliteit heeft.

De reactie op deze ontwikkelingen in het betalingsverkeer laat zien dat ouderen verschillend reageerden en dat er geen eenduidige houding bestaat. Niet alle ouderen hebben nieuwe financiële diensten met betrekking tot het betalingsverkeer geadopteerd en zijn gebruik gaan maken van de geldautomaat. Bij deze ouderen treden adoptiebarrières op en is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer afgenomen.

Input voor de enquête

De beschreven ontwikkelingen in het betalingsverkeer hebben input gegenereerd voor het verdere onderzoek. Het meest opvallend uit het literatuuronderzoek en de focusgroup interviews was dat ouderen verschillend reageerden op de ontwikkelingen in het betalingsverkeer en dat daarmee ouderen niet als homogene groep kunnen worden beschouwd. In de besproken onderzoeken en rapporten lag meestal het accent op de problemen die ouderen hebben met de toegankelijkheid van het betalingsverkeer en worden geen segmenten onderscheiden. De Meldactie Banken ging bijvoorbeeld alleen in op de klachten van ouderen met betrekking tot de dienstverlening van banken. De achterliggende motivatie van de meldingen zijn daarbij niet onderzocht.

In dit onderzoek wordt geprobeerd om wel nadere segmentatie aan te brengen, door de houding van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer te analyseren.

De verschillen in de houding van ouderen en wat ouderen motiveert om wel of geen gebruik van nieuwe diensten - met name de geldautomaat - te maken, worden voor een deel onderzocht door de resultaten uit hiervoor beschreven publicaties toe te passen op de situatie zoals die voor de stad Groningen geldt. Daarbij is verondersteld dat de volgende achtergrondkenmerken invloed hebben op de houding en het gedrag van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer:

Ten eerste demografische variabelen als geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en woon- en werksituatie.

Ten tweede dat ook andere dimensies dan toegankelijkheid van het betalingsverkeer relevant zijn voor de beoordeling van de kwaliteit van dienstverlening bij banken, zoals het face-to-face contact met bankmedewerkers.

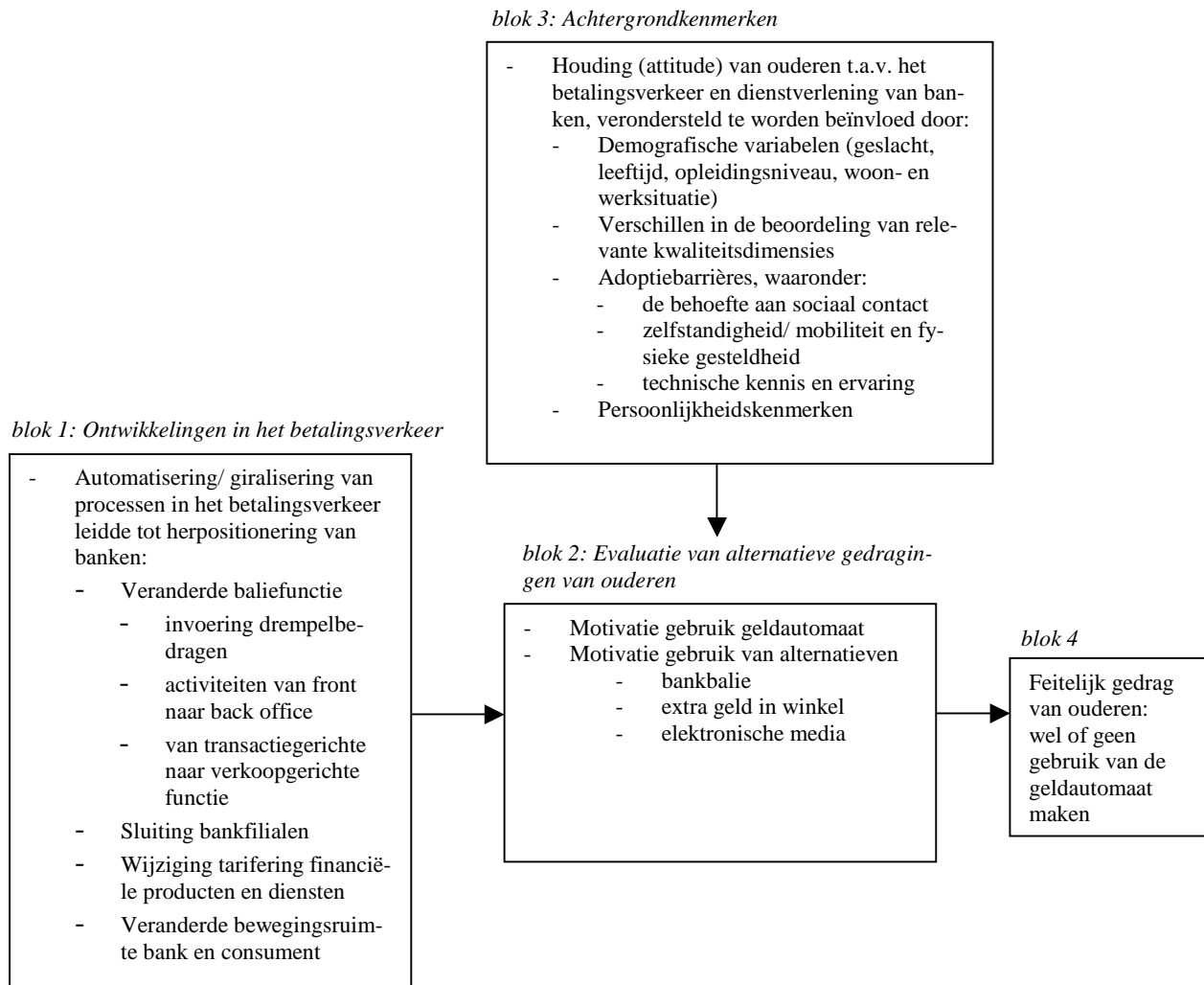
Ten derde de adoptiebarrières bij het wel of niet gebruiken van een geldautomaat. Er zijn, gebaseerd op onder meer het onderzoek van Rogers (Rogers *et al.*, 1996a, 1996b, 1997a en 1997b), meerdere variabelen onderscheiden, waaronder de behoefte aan sociaal contact, de mate van zelfstandigheid, mobiliteit en fysieke gesteldheid, en de technische kennis en ervaring van ouderen.

Als laatste de persoonlijkheidskenmerken van ouderen. Volgens Harrison wordt de houding van ouderen voor een deel bepaald door hun karakter en persoonlijkheid (Harrison ,1994). Zij noemt hierover het volgende:

“De traditionele segmentatievariabelen leeftijd, family life cycle, en sociale klasse hebben weinig inzicht in het consumentengedrag ten aanzien van financiële diensten gegeven. Onderzoek moet zich focussen op de consument en de perceptie, attitude en motivatie die hij of zij heeft ten aanzien van financiële diensten. Psychografische segmentatie (psychographics) richt zich op hoe de consument denkt en bestrijkt dit gebied. (.....) Voor sommige onderzoekers refereren psychographics aan persoonlijkheidskenmerken, anderen refereren aan attitudes, waarden en geloof.”

Harrison geeft hiermee aan dat onder meer persoonlijkheidskenmerken inzicht kunnen geven in verschillende typen ouderen en hun perceptie, attitude en motivatie ten aanzien van financiële diensten. Om die reden is het voor dit onderzoek zinvol geacht om ook de persoonlijkheidskenmerken van ouderen te meten. De meetmethode die hiervoor is toegepast komt in hoofdstuk 3 uitgebreid aan de orde.

Al hetgeen dat besproken is in dit hoofdstuk heeft tot het onderzoeksmodel geleid, zoals weergegeven is figuur 2.9.



Figuur 2.9: *Het onderzoeksmodel*

Toelichting op het onderzoeksmodel

In blok 1 van figuur 2.9 zijn de belangrijkste recente ontwikkelingen in het betalingsverkeer weergegeven zoals die in paragraaf 2.3 en 2.4 zijn behandeld. Deze ontwikkelingen beïnvloeden de verschillende motieven van ouderen om de geldautomaat of één van haar alternatieven te gebruiken, die in blok twee worden geëvalueerd. De evaluatie geschiedt op basis van een aantal gedefinieerde achtergrondkenmerken die in blok drie staan verwoord. Het blok geeft de houding van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer en de dienstverlening van banken weer, en de variabelen die hierop van invloed zijn verondersteld. De motivatie om wel of niet gebruik van een geldautomaat te maken resulteert uiteindelijk in het feitelijke gedrag dat ouderen vertonen: de keuze tussen het wel of niet gebruiken van de geldautomaat (blok vier). Het model is met behulp van een enquête getoetst, die in het volgende hoofdstuk uitvoerig wordt besproken.

Hoofdstuk 3 De enquête en de onderzoeksresultaten

§ 3.1 Inleiding

In het vorig hoofdstuk is gekeken naar de ontwikkelingen in het betalingsverkeer naar de gevolgen hiervan voor ouderen. Omdat ouderen waarschijnlijk geen homogene groep zijn wordt in dit hoofdstuk geprobeerd een antwoord te vinden op de vragen welke ouderensegmenten onderscheiden kunnen worden in relatie tot de toegankelijkheid van het betalingsverkeer, en welke problemen deze individuele segmenten ondervinden. Hiertoe is een enquête gehouden onder 800 ouderen in Groningen. De opbouw van het hoofdstuk is als volgt: in paragraaf 3.2 wordt de opzet van de enquête uiteengezet en de inhoud van de enquêtevragen onderbouwd. In paragraaf 3.3 worden de onderzoeksresultaten gepresenteerd en geanalyseerd en wordt een segmentatie onder de respondenten aangebracht. Paragraaf 3.4 ten slotte, geeft de conclusie van dit hoofdstuk.

§ 3.2 Opzet van de enquête

Deze paragraaf beschrijft wat voor soort enquête is gehouden, hoe de steekproef is getrokken, op welke manier de enquête is getest en verspreid en wat de respons was. Daarnaast wordt de inhoud van de vragen onderbouwd en worden de analysemethoden toegelicht.

§ 3.2.1 Soort enquête, steekproeftrekking, testen, verspreiden en respons

Soort enquête

Om de ouderen in verschillende segmenten te kunnen onderverdelen is geprobeerd de houding en motivatie van ouderen ten aanzien van de ontwikkelingen in het betalingsverkeer via een schriftelijke enquête te achterhalen. De uiteindelijke enquête is tot stand gekomen op basis van het literatuuronderzoek en de focusgroup interviews uit hoofdstuk 2. De vragen zijn met behulp van gesloten antwoordmogelijkheden gesteld. De lay-out van de enquête was op de doelgroep aangepast door een groot en helder lettertype (Arial) toe te passen. Begrippen zijn zo duidelijk mogelijk uitgelegd en moeilijke woorden vermeden.

Steekproeftrekking, testen en verspreiden van de enquête

Wanneer respondenten a-selectief worden gekozen en van te voren niet op de hoogte zijn van het doel van het onderzoek, blijkt de respons bij schriftelijke enquêtes erg laag, namelijk zo'n 15% (Malhotra, 1999). Om de respons te verhogen werd in de afdelingsbladen van de verschillende ouderbonden een vooraankondiging gedaan, waarin het doel van de enquête is uitgelegd. Daarnaast werd om de respons te verhogen onder de inzenders een dinerbon verloten. De minimale respons werd daarmee op 25% geschat. Een netto geretourneerd aantal enquêtes van 200 werd als representatief bepaald en op basis daarvan (en tevens om budgettaire redenen) is de steekproefgrootte op 800 enquêtes bepaald (200 enquêtes gedeeld door 25% minimale respons).

De respondenten zijn geselecteerd op basis van een adressenlijst van het SOOG, waarin alle leden van de drie ouderbonden in stad Groningen staan opgenomen. Het bestand bevat 4000 adressen, verspreid over de hele stad. Er is aangenomen dat de leden van de ouderbonden, aangesloten bij het SOOG, representatief zijn voor alle ouderen in de stad Groningen, gezien hun demografische diversiteit.

Voordat de enquêtes zijn verspreid, zijn ze eerst onder tien mensen uit de doelgroep getest. Er bleek een aantal onduidelijkheden in de vragen en lay-out van de antwoordopties te zitten. Deze onduidelijkheden zijn weggenomen.

Via het zomernummer van de afdelingsbladen van de verschillende ouderbonden zijn 740 enquêtes verstuurd. Daarnaast zijn 60 enquêtes in een drietal verzorgings- en verpleegtehuizen in Groningen langsgebracht (20 enquêtes per tehuis). De leiding van de tehuizen was van tevoren op de hoogte gesteld. Het aantal van 60 op een totaal van 800 enquêtes komt overeen met de werkelijke verhouding tussen ouderen die zelfstandig wonen en in een verpleeg- of verzorgingstehuis zijn opgenomen. Om verschillende sociale klassen en groepen ouderen te onderscheiden zijn de enquêtes in diverse wijken in Groningen verspreid.

Respons enquête

De respons op de enquête was, ondanks de ongunstige tijd van verspreiding (begin juli, vakantietijd), hoger dan verwacht: 35,4% van de verstuurde enquêtes (283 stuks) kwam op tijd terug. Van de 60 verstuurde enquêtes naar verpleeg- en verzorgingstehuizen kwamen er 21 terug. Dit is hetzelfde responspercentage (35%) als voor de gehele steekproef.

§ 3.2.2 Onderbouwing van de inhoud van de enquêtevragen en de analysemethoden

De enquête bestond uit drie delen:

- I. 11 meerkeuzevragen over de demografische achtergrond van de respondenten en hun motivatie om wel of geen gebruik van een geldautomaat te maken;
- II. 10 stellingen over de mening van de respondenten ten aanzien van de dienstverlening van banken;
- III. 21 stellingen om persoonlijkheidskenmerken van de respondenten te meten.

De uiteindelijke enquête is opgenomen in bijlage 2.

Ad. I Meerkeuzevragen over demografische achtergrond en motivatie al dan niet gebruiken van de geldautomaat

Vraag 1-5: Deze vragen zijn zogenaamde ‘attribute questions’ (Saunders *et al*, 2000) en hebben betrekking op de demografische variabelen geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, woonsituatie en het arbeidsproces. Er is gemeten in hoeverre het gedrag van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer door deze variabelen kan worden onderscheiden.

Vraag 6-10: Deze vragen meten het gedrag ten aanzien het gebruik van de geldautomaat. Het zijn ‘behaviour questions’. De motieven om wel of geen gebruik van de geldautomaat te maken, (vraag 8 en 10), zijn onder meer gebaseerd op de uitkomsten van de focusgroup interviews.

Vraag 11: Deze vraag onderzoekt in hoeverre andere dimensies dan *toegankelijkheid* tot het betalingsverkeer ook relevant zijn voor de beoordeling van de kwaliteit van dienstverlening bij een bank. De respondent moest hiervoor een rangschikking aanbrengen voor zes attributen, in volgorde van wat de respondent belangrijk acht voor een goede dienstverlening van banken. De eerste vier attributen komen uit het onderzoek van Vriens en Oppewal (zie paragraaf 2.2) en de laatste twee zijn gedestilleerd uit het literatuuronderzoek en de focusgroup interviews.

Ad. II Stellingen over de mening van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer

De 10 stellingen meten de mening van de respondenten ten aanzien van de dienstverlening van banken, waarbij de volgende variabelen centraal staan: behoefte sociaal contact, mobiliteit, conservatisme, algemene tevredenheid en technische kennis en ervaring.

Stelling 1 en 3:

- 1) 'Ik krijg voldoende persoonlijke aandacht bij de bank/ balie';
- 3) 'Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen'.

Deze twee stellingen gaan in op de behoefte aan sociaal contact van de respondenten. De behoefte aan sociaal contact was één van de belangrijkste redenen om geld aan de balie op te nemen, die ouderen tijdens de focusgroup interviews noemden. Wanneer stelling 1 en 3 laag scoren wordt verwacht dat een respondent meer behoefte aan aandacht heeft en persoonlijk contact wenselijk vindt.

Stelling 2 en 8:

- 2) 'Ik ben nog prima in staat om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken';
- 8) 'Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen'.

Deze stellingen meten de variabele mobiliteit en fysieke mogelijkheden/ beperkingen. Een hoge score op stelling 2 en 8 impliceert dat de respondent nog mobiel is en daarom minder problemen met de algehele toegankelijkheid van banken heeft.

Stelling 3 en 7:

- 3) 'Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen';
- 7) 'Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer'.

Deze stellingen meten de 'principiële' houding van mensen die in verweer komen tegen de macht van banken. Het zijn respondenten die zichzelf en andere ouderen als kwetsbare doelgroep beschouwen en vragen daar aandacht voor. Het zijn emotioneel beladen stellingen en worden verondersteld te correleren met de vierde dimensie 'emotionele (in)stabiliteit' van de persoonlijkheidskenmerken (zie deel III).

Stelling 4:

- 4) 'Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank';

Stelling 4 meet de algemene tevredenheid van de respondenten over hun bank. Deze stelling is toegevoegd omdat in het vooronderzoek een aantal keren is gebleken dat de algemene tevredenheid over banken vrij hoog is (zie onder meer figuur 2.8).

Stelling 5, 6, 8, 9 en 10:

- 5) 'Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd';
- 6) 'Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen';
- 8) 'Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen';
- 9) 'Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld';
- 10) 'Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan'.

Deze stellingen meten de houding ten aanzien van techniek en de technische kennis en ervaring van ouderen. De stellingen worden verondersteld te correleren met de vijfde dimensie 'openheid voor ervaringen' bij de persoonlijkheidskenmerken. Stelling 9 is een projectieve stelling, aangezien het over een negatieve houding van ouderen gaat. Projectieve stellingen worden vaak eerlijker beantwoord wanneer de respondent iets over iemand anders mag zeggen dan over zichzelf. De stelling komt voort uit de focusgroep interviews waarin door meerdere deelnemers werd aangekaart dat ouderen soms meer kunnen dan dat ze zelf denken, en dus ook baas over eigen geld kunnen blijven.

Ad. III Persoonlijkheidskenmerken

Met behulp van de methode uit de Big Five theorie, op basis van een artikel van Mount en Murray, is geprobeerd de persoonlijkheidskenmerken te meten (Mount en Murray, 1995). De Big Five zijn een vijftal persoonlijkheidsdimensies die zijn ontwikkeld op basis van vele studies naar de persoonlijkheidskenmerken van mensen. Deze dimensies blijken universeel toepasbaar, voor elk land en voor elke situatie. De vijf persoonlijkheidsdimensies zijn (tussen haakjes staan voorbeelden van bijbehorende karakteristieken aangegeven):

1. Extraversion (de mate van o.a. spraakzaam, actief, en sociaal ingesteld zijn);
2. Agreeableness (de mate van o.a. vriendelijk en mild zijn);
3. Conscientiousness (de mate van o.a. nauwgezet en georganiseerd zijn);
4. Emotional Stability (de mate van o.a. zich opwinden, onzeker, en nerveus zijn);
5. Openness to Experience (de mate van o.a. nieuwsgierig zijn en openstaan voor nieuwe ervaringen).

De dimensies worden gemeten door middel van 10 vaststaande stellingen die een respondent per dimensie moet invullen. In totaal zijn er dan 50 stellingen die moeten worden beantwoord. Het gaat bij elke dimensie om 'de mate van...', de dimensies zijn dus bipolair. Een voorbeeld van een stelling binnen de eerste dimensie is 'neemt tijd voor een praatje'. Op een schaal van

1 t/m 5 geeft een respondent aan in hoeverre deze uitspraak op hem of haar van toepassing is. De gemiddelde score per dimensie wordt vervolgens bepaald door de individuele scores van de 10 stellingen op te tellen en het geheel te delen door 10.

Wanneer de Big Five methode volledig wordt toegepast, moet elke respondent zoals gezegd 50 stellingen beantwoorden. Vanwege de omvang, maar ook vanwege de relevantie van alle dimensies van de methode, is besloten om deze in te korten.

Wanneer alle vijf dimensies worden gemeten kan een uitspraak over iemands totale persoonlijkheidsprofiel worden gedaan. Voor dit onderzoek zijn alleen de eerste, vierde en vijfde dimensie relevant, omdat die aansluiten bij de problematiek rondom de toegankelijkheid van het betalingsverkeer, zoals hieronder wordt toegelicht⁹:

- *Dimensie 1: introversie vs. extraversie*¹⁰

De motivatie om geld via de balie op te nemen of via één van de alternatieven, zoals de geldautomaat, kan voor een deel worden bepaald door de behoefte van ouderen aan sociaal contact met een medewerker van de bank. De stellingen behorend tot de dimensie ‘introversie vs. extraversie’ kunnen bijvoorbeeld meten of ouderen met extraverte persoonlijkheidskarakteristieken, zoals spraakzaamheid en gezelligheid, ook vaker behoefte hebben om geld aan de balie op te nemen.

- *Dimensie 4: emotionele (in)stabiliteit*

De motivatie om geld via de balie op te willen nemen of via de geldautomaat kan daarnaast worden bepaald door de emotionele (in)stabiliteit van ouderen. Het gaat om karakteristieken zoals onzeker, angstig of nerveus zijn. De stellingen behorend tot deze dimensie kunnen bijvoorbeeld meten of emotioneel instabiele ouderen zich eerder onveilig voelen wanneer ze geld via de geldautomaat opnemen.

- *Dimensie 5: wel of niet open staan voor ervaringen*

De stellingen behorend tot de dimensie ‘wel of niet open staan voor ervaringen’ gaan in op karakteristieken als nieuwsgierigheid en ruimdenkendheid en kunnen worden gerelateerd aan de motivatie van ouderen om wel of geen gebruik te maken van nieuwe diensten als bijvoorbeeld de geldautomaat. De dimensie meet ook de mate waarin ouderen deze nieuwe diensten een uitdaging vinden of niet.

⁹ Omdat elke dimensie onafhankelijk van elkaar wordt gemeten en ze elkaar dus niet beïnvloeden, is verondersteld dat door het weglaten van de twee dimensies, de betrouwbaarheid van de methode niet is aangetast.

¹⁰ In de Nederlandse vertaling van de dimensies zijn beide polen aangegeven.

De oorspronkelijke enquête over persoonlijkheidskenmerken bestaat zoals gezegd uit 10 stellingen per dimensie. Ook dit aantal is ingekort. Hierbij is een afweging gemaakt tussen de betrouwbaarheid en de validiteit van de methode: in de oorspronkelijke lijst zitten een aantal stellingen die lastig te begrijpen kunnen zijn, zoals bijvoorbeeld “Ben niet geïnteresseerd in abstracte ideeën.” De kans is aanwezig dat respondenten deze stelling vervolgens verkeerd invullen en daarmee wordt de validiteit van de methode aangetast, immers er wordt niet gemeten wat je wilt meten. Daarnaast zijn in de oorspronkelijke methode (bewust) een aantal stellingen opgenomen die sterk op elkaar lijken, waarvan in dit onderzoek vanwege de omvang een aantal is weggelaten. Uiteindelijk zijn er per dimensie 7 stellingen geponeerd, dus 21 in totaal. Hieronder staat aangegeven bij welke dimensie de uiteindelijk overgebleven 21 stellingen van deel III van de enquête horen:

Dimensie I, introversie vs. extraversie:	Stelling 1, 4, 7, 10, 13, 16, en 19.
Dimensie IV, emotionele (in)stabiliteit:	Stelling 2, 5, 8, 11, 14, 17, en 20.
Dimensie V, wel of niet open staan voor ervaringen:	Stelling 3, 6, 9, 12, 15, 18, en 21.

De analysemethoden

De resultaten van de enquête zijn geanalyseerd in SPSS 9.0. Als eerste zijn de onderzoeksresultaten voor de gehele steekproef bepaald, door per vraag de aangevinkte antwoordopties in percentages uit te drukken. Daarna is getracht om verschillen aan te geven tussen de houding en het gedrag van panners en niet-panners via de geldautomaat, door ze op demografische variabelen te onderscheiden en vervolgens op hun mening ten aanzien van het betalingsverkeer en hun persoonlijkheidskenmerken. Op basis van de vier meest genoemde motieven van ouders om wel of geen gebruik van de geldautomaat te maken zijn vier selecties uit de steekproef getrokken om te onderzoeken of deze als aparte segmenten kunnen worden beschouwd, met betrekking tot mening en houding ten aanzien van de dienstverlening van banken.

In paragraaf 3.2.2, onder ad. II, zijn een aantal variabelen gedefinieerd die zijn gemeten met behulp van de stellingen uit deel II van de enquête. In de analyse is onderzocht of deze groepen stellingen ook met elkaar correleerden.

Vervolgens is onderzocht in hoeverre bepaalde stellingen met betrekking tot de persoonlijkheidsdimensies van deel III correleren met bepaalde stellingen over de mening van ouders ten aanzien van het betalingsverkeer (deel II). Verwacht werd dat de volgende stellingen zouden correleren:

- stelling 1 en 3, over de behoefte aan sociaal contact met de eerste persoonlijkheidsdimensie 'introversie vs. extraversie';
- stelling 3 en 7, met betrekking tot emotionaliteit met de vierde persoonlijkheidsdimensie 'emotionele (in)stabiliteit';
- stelling 5, 6, 8, 9 en 10, over de houding ten aanzien van techniek met de vijfde persoonlijkheidsdimensie 'wel of niet open staan voor ervaringen'.

§ 3.3 Onderzoeksresultaten op basis van de enquête

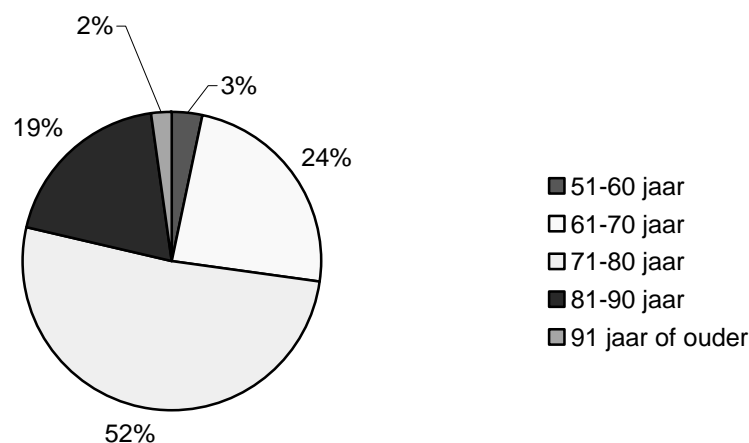
De enquête heeft een aantal interessante uitkomsten opgeleverd. Deze paragraaf geeft de onderzoeksresultaten weer.

§ 3.3.1 Resultaten voor de gehele steekproef

Als eerste worden de resultaten voor de gehele steekproef gepresenteerd. Er staat telkens tussen haakjes aangegeven bij welke enquêtevragen de onderzoeksresultaten horen.

Demografische kenmerken van de steekproef (vraag 1-5)

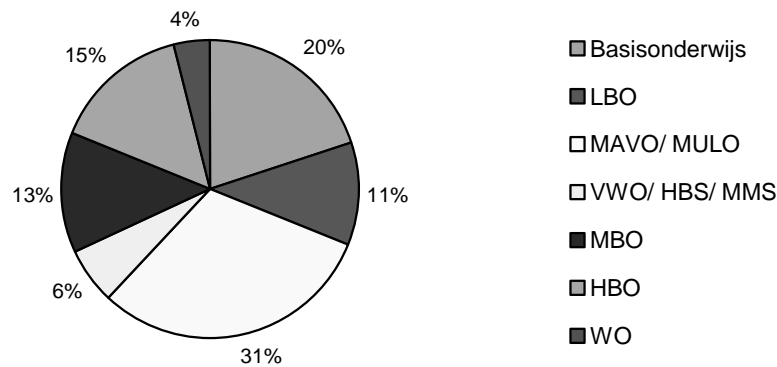
De verhouding tussen mannen en vrouwen in de responsgroep was respectievelijk 40,5/59,5. Dit komt overeen met de man/ vrouw verhouding van 65-plussers in de stad Groningen, die is namelijk 40/60. Figuur 3.1 laat zien dat de leeftijd van de helft van de respondenten binnen de leeftijdscategorie 71-80 jaar viel.



Figuur 3.1: Leeftijd van de respondenten¹¹

¹¹ Voor de interpretatie van de figuren: de eerste variabele staat bovenaan en vervolgens dient de tabel met de klok mee te worden gelezen.

Uit figuur 3.2 blijkt dat het opleidingsniveau van de respondenten erg divers was, met zowel lager als hoger opgeleiden: een vijfde gedeelte heeft de basisschool als hoogst genoten onderwijs aangegeven en eenzelfde deel HBO of WO.



Figuur 3.2: Opleidingsniveau van de respondenten

Van de respondenten woonde 7,9% in een verzorgings- of verpleegtehuis en 91,1% zelfstandig in een koop- of huurwoning. Slechts 2,6% van de respondenten is nog actief in het arbeidsproces en de overige 97,4% is reeds met pensioen of in de VUT. Omdat bijna alle respondenten niet meer actief zijn in het arbeidsproces is deze variabele niet in de verdere analyse meegenomen.

Houding en gedrag ten aanzien van het betalingsverkeer

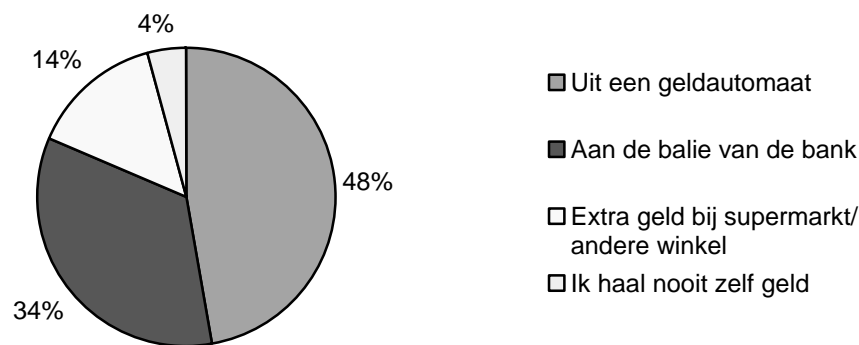
De houding en het gedrag ten aanzien van het betalingsverkeer, en meer specifiek het gebruik van de geldautomaat, is op de volgende aspecten, die achtereenvolgens worden behandeld, onderzocht:

- het gebruik van de geldautomaat en de gebruikelijke methode om geld op te nemen;
- de motieven om wel of niet te pinnen via de geldautomaat;
- de zelfstandigheid van respondenten;
- de beoordeling van zes kwaliteitsattributen die kunnen bijdragen aan een goede dienstverlening van banken;
- tien stellingen met de mening van ouderen ten aanzien van de kwaliteit van dienstverlening van banken;
- persoonlijkheidskenmerken van de respondenten.

Ad. a. Gebruik geldautomaat en gebruikelijke methode om geld op te nemen (vraag 6-7)

Uit de enquête bleek dat onder ouderen 64% wel eens gebruik van een geldautomaat maakt: van de respondenten neemt dus 36% nooit geld op uit een geldautomaat.

De gebruikelijke methoden van ouderen om geld op te nemen staan in figuur 3.3 weergegeven. Hieruit valt af te lezen dat 48% van de respondenten als gebruikelijke methode aangeeft geld op te nemen via een automaat. Daarnaast neemt 14% wel geld op met behulp van een pinpas, maar doet dit gebruikelijk in een winkel en/of supermarkt, in plaats van bij de geldautomaat. Opgeteld neemt 62% gebruikelijk geld op met behulp van een pinpas. Daaruit kan de conclusie worden getrokken dat van de 64% die aangeeft wel eens te pinnen (vraag 7), 62% dit gebruikelijk doet (vraag 6), zij het dat een gedeelte de geldautomaat en een gedeelte de betaalautomaat in een winkel gebruikt.



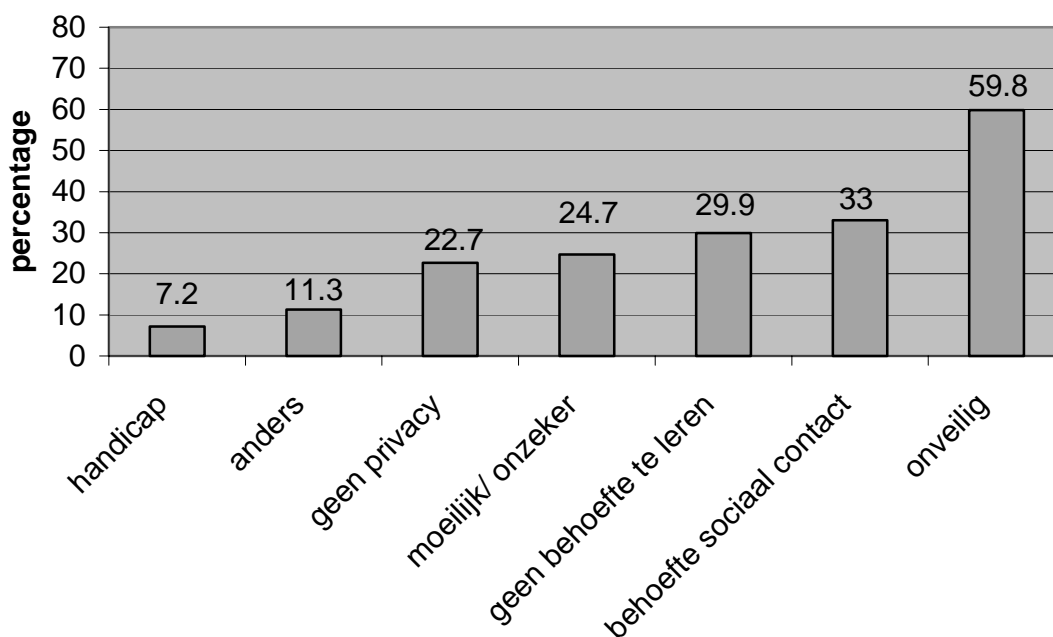
Figuur 3.3: *De gebruikelijke methode om geld op te nemen*

Ad. b. Motieven om wel of niet te pinnen via de geldautomaat (vraag 8 en 10)

In de enquête is naar de motivatie van ouderen gevraagd om wel of juist niet te pinnen via de geldautomaat. Als de respondent aangaf geen gebruik te maken van een geldautomaat (vraag 7) dan hoefde deze alleen de motivatie waarom *niet* gepind werd aan te vinken, en de respondent die aangaf wel gebruik te maken van een geldautomaat, alleen de motivatie waarom *wel*.

b.1 Motieven die niet-pinders¹² aangeven om geen gebruik van de geldautomaat te maken

De respondenten die aangaven nooit geld via de geldautomaat op te nemen (36% van alle respondenten) konden hier verschillende motieven voor aankruisen. In figuur 3.4 staat aangegeven hoe vaak elk van deze motieven is genoemd.



Figuur 3.4: *Motieven die niet-pinders aangeven om geen gebruik van de geldautomaat te maken*

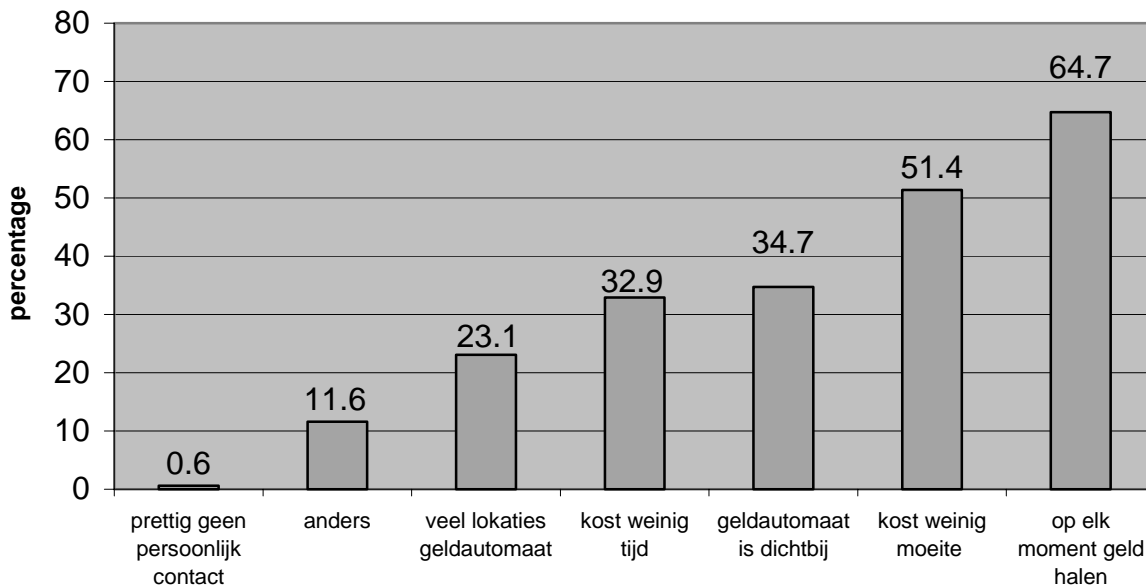
De grootste uitschieter is ‘onveilig’ die met 59,8% bijna drie keer zo hoog scoort als het gemiddelde van de andere zes. De ‘behoefte aan sociaal contact’ is daarna het meest vaak genoemd. Figuur 3.4 laat verder zien dat de gekozen motieven meerdere malen zijn vermeld. Alle zes worden van belang geacht, alleen de categorie ‘handicap’ scoort niet erg hoog. De categorie ‘anders’ is door 11,3% aangevinkt en de gegeven antwoorden waren zeer verschillend van aard. Enkele voorbeelden van antwoorden:

- “Ik ben te oud, kan niet lopen”.
- “Bij een loket is gemakkelijk en ik kan zelf zeggen hoe ik mijn geld wil (grootte geldcoupons)”.
- “Met de zon op het scherm kan ik niets lezen”.

¹² Niet-pinders zijn respondenten die geen gebruik van de geldautomaat maken; het extra geld opnemen (waarbij ook een pinpas wordt gebruikt) in de winkel valt hier niet onder.

b.2 Motieven die pinders aangeven om gebruik van de geldautomaat te maken

De respondenten die wel eens geld via de geldautomaat op nemen (64% van alle respondenten) konden eveneens hun motieven hiervoor aangeven. De resultaten staan in figuur 3.5.



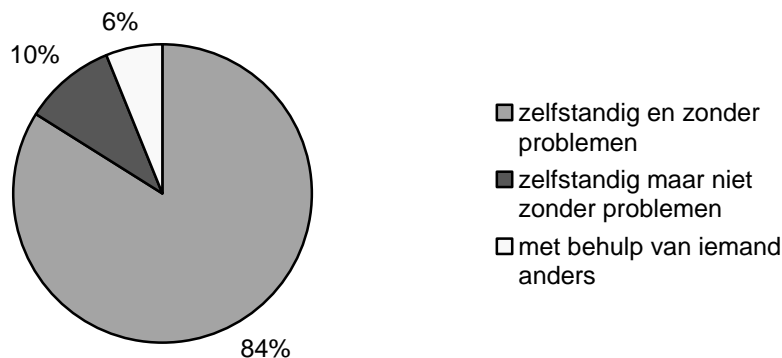
Figuur 3.5: *Motieven die pinders aangeven om gebruik van de geldautomaat te maken*

Het meest genoemde motief om wel gebruik te maken van de geldautomaat is omdat dan ‘op elk moment geld gehaald’ kan worden (64,7%). Goede tweede reden is dat ‘pinnen weinig moeite kost’ (51,4%). Figuur 3.5 laat zien dat vijf van de zes motieven vaak zijn genoemd; het motief ‘ik vind het prettig om geen persoonlijk contact aan te hoeven gaan’ is door slechts 0,6% aangevinkt. Het percentage ‘anders’ is door 11,3% van de respondenten genoemd, waarbij er geen antwoord duidelijk overheerste. Een aantal voorbeelden van antwoorden uit de categorie ‘anders’:

- “Gebruik alleen in tijd van nood”.
- “Ik ging uit principe altijd naar het postkantoor omdat ik vindt dat deze moet blijven. Maar nu is deze helaas weg.”
- “Er is geen alternatief.”

Ad. c. Zelfstandigheid (vraag 9)

De vraag of de respondent in staat is zelfstandig gebruik te maken van de geldautomaat, is alleen beantwoord door de 64% die wel pint via de geldautomaat. Van deze groep is de meerderheid nog goed in staat om dit zelfstandig en zonder problemen te doen; 16% geeft aan wel problemen te hebben, of alleen met behulp van iemand anders geld te halen.



Figuur 3.6: *Zelfstandig gebruik geldautomaat door pinders*

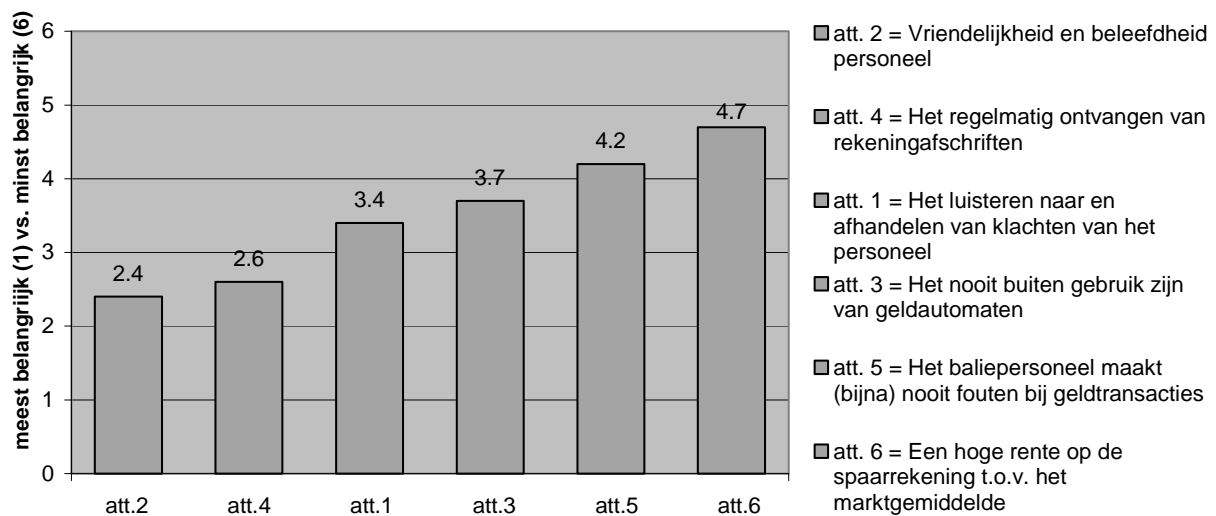
Ad. d. De beoordeling van zes kwaliteitsattributen voor een goede dienstverlening van banken (vraag 11)

Het onderzoek van Vriens en Oppewal (zie paragraaf 2.2) heeft aangetoond welke kwaliteitsdimensies relevant zijn om de dienstverlening van banken te beoordelen. Attributen van deze kwaliteitsdimensies zijn aan de respondenten voorgelegd, met de vraag om deze te rangschikken in volgorde van belangrijkheid met betrekking tot goede dienstverlening van banken. Deze attributen waren (tussen haakjes staat aangegeven bij welke van de vier kwaliteitsdimensies van Vriens en Oppewal het attribuut hoort):

- Att.1 Het luisteren naar en afhandelen van klachten door het baliepersoneel (competentie van personeel);
- Att. 2 Vriendelijkheid en beleefdheid van het personeel (accuratesse en vriendelijkheid personeel);
- Att.3 Het nooit buiten gebruik zijn van geldautomaten (toegankelijkheid);
- Att. 4 Het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften (toegankelijkheid);
- Att. 5 Het baliepersoneel maakt (bijna) nooit fouten bij geldtransacties (competentie van personeel);

Att. 6 Een hoge rente op de spaarrekening, ten opzichte van het marktgemiddelde (fysieke en tastbare kenmerken).

Voor de respondenten was het lastig om deze attributen te rangschikken, maar 71% van de respondenten was in staat om dit goed te doen. In figuur 3.7 staan de resultaten met de gemiddelde score per attribuut (de score werd bepaald door de attributen op volgorde te rangschikken waarbij een 1 voor het meest relevant geachte en een 6 voor het minst relevant geachte attribuut moest worden gezet). Hoe lager de gemiddelde score, des te belangrijker werd dat attribuut dus gevonden.



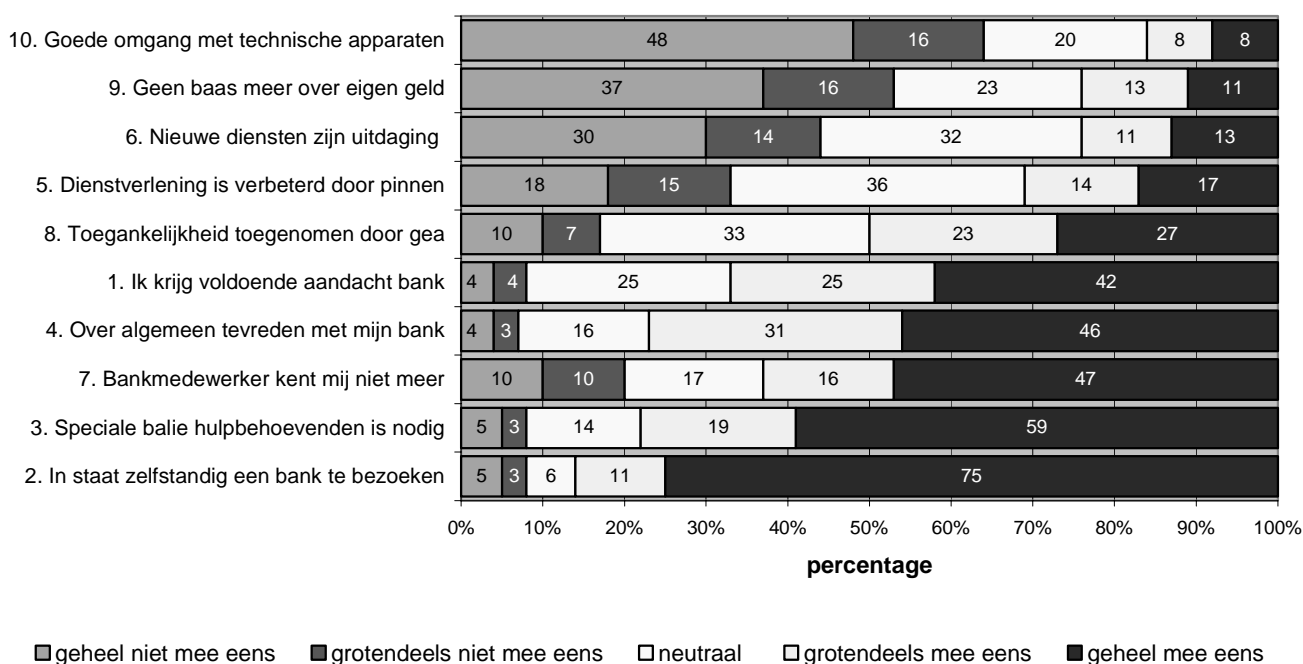
Figuur 3.7: Rangschikking attributen voor het beoordelen van de kwaliteit van dienstverlening door banken¹³

De figuur laat zien dat de ouderen de attributen ‘vriendelijkheid en beleefdheid van het personeel’ (att. 2) en het ‘regelmatig ontvangen van rekeningafschriften’ (att. 4) als meest belangrijk van de zes achten wanneer het om goede dienstverlening van banken gaat. Juist deze twee attributen lijken te verdwijnen in de dienstverlening van banken door de sluiting van balies en het toerekenen van kosten voor het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften. Een hoog rentepercentage, ten opzichte van het marktgemiddelde (att. 6), werd als minst relevante attribuut voor een goede dienstverlening gevonden.

¹³ OPMERKING: hoe lager de score, des te belangrijker wordt het attribuut geacht.

Ad. e De mening van ouderen ten aanzien van de dienstverlening van banken (deel II enquête)

Iedere respondent kon in deel II van de enquête via 10 stellingen zijn mening geven over de ervaren dienstverlening van banken. Hierbij konden de respondenten telkens uit vijf antwoordopties kiezen. In figuur 3.8 zijn de percentages, die elke antwoordoptie scoorde, weergegeven. De stellingen zijn oplopend gerangschikt (van hoogste score op ‘geheel niet mee eens’ tot de hoogste score op ‘geheel mee eens’). In bijlage 3.1 wordt nader ingegaan op de gemiddelden en standaarddeviatie per stelling.



Figuur 3.8: Reacties op de stellingen over de dienstverlening van banken

De scores op de stellingen 2, 3 en 4 zijn opvallend hoog. Als de twee antwoordopties ‘grotendeels mee eens’ of ‘geheel mee eens’ worden opgeteld dan geeft van de ouderen 86% aan nog goed in staat te zijn om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken (stelling 2), 78% dat er een speciale balie voor hulpbehoevenden moet worden ingericht (stelling 3) en 77% over het algemeen tevreden te zijn over de bank (stelling 4).

Stelling 6, 9 en 10 scoren opvallend laag. Als de twee antwoordopties ‘grotendeels niet mee eens’ of ‘geheel niet mee eens’ worden opgeteld dan vindt 44% van de ouderen het uitproberen van nieuwe diensten geen uitdaging en staat 32% hier neutraal tegenover (stelling 6), kan

64% niet goed met technische apparaten, zoals computers omgaan (stelling 10) en voelt 24% zich geen baas over eigen geld (stelling 9)¹⁴.

Bij stelling dat de dienstverlening door pinnen is verbeterd zijn de percentages bij ‘grotendeels en geheel mee eens’, ‘grotendeels en geheel mee oneens’ en ‘neutraal’ ongeveer even groot. Hier is een duidelijke verdeeldheid tussen de respondenten.

Correlatie tussen stellingen

In de onderbouwing van de enquêtevragen (paragraaf 3.2.2) is aangegeven dat er meerdere stellingen zijn opgesteld om één bepaalde variabele te meten: stelling 1 en 3 meten de sociale behoefte van ouderen, stelling 2 en 8 de fysieke gesteldheid, stelling 3 en 7 de ‘principiële’ houding en stelling 5, 6, 8, 9 en 10 de technische kennis en ervaring. Daarbij is verondersteld dat wanneer op de ene stelling binnen een variabele hoog gescoord wordt, een andere stelling om die variabele te meten, ook hoog scoort. In bijlage 3.1 is aangegeven dat er inderdaad (significante) correlaties bestaan tussen bovengenoemde groepen stellingen.

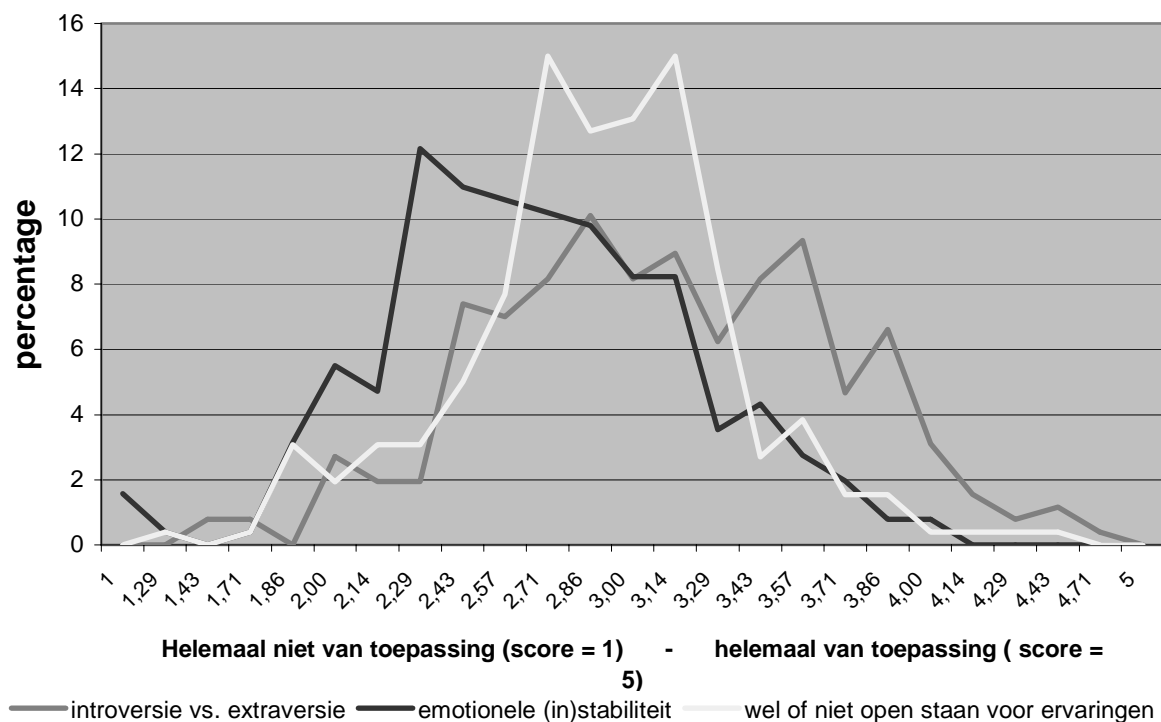
Ad. f. Persoonlijkskenmerken (deel III enquête)

In het laatste onderdeel zijn de persoonlijkheidskenmerken van ouderen onderzocht. Hiertoe konden de respondenten bij 21 stellingen op een schaal van 1 t/m 5 aangeven in hoeverre deze op hen van toepassing waren. De dimensies om persoonlijkheidskenmerken te meten scoren in de meeste onderzoeken gemiddeld altijd tussen de 2 en 4. Tabel 3.1 en figuur 3.9 laten zien dat ouderen wat dit betreft niet buitensporig anders scoren. Op elke dimensie scoren de ouderen rond de drie en is de standaarddeviatie (de afwijking van het gemiddelde) niet hoog.

Tabel 3.1: *Gemiddelde en standaarddeviatie van de persoonlijkheidsdimensies*

	Introversie/ extraversie	Emotionele (in)stabiliteit	Wel of niet open staan voor ervaringen
Gemiddelde	3,10	2,53	2,75
Standaarddeviatie	0,59	0,52	0,47

¹⁴ Stelling 9 was negatief geformuleerd en daarom moet de score worden omgedraaid.



Figuur 3.9: Frequentieverdeling voor de scores op de drie persoonlijkheidsdimensies

Figuur 3.9 laat de frequentieverdeling voor de scores op de drie persoonlijkheidsdimensies zien. Voor elke dimensie zijn de percentages van alle voorkomende scores tussen de 1 en 5 af te lezen. Uit de figuur valt af te lezen dat de persoonlijkheidsdimensie ‘introversie vs. extraversie’ het meest ver naar rechts doorloopt (richting extravert). Dit geeft aan dat deze dimensie gemiddeld hoger scoort dan de andere twee. Verder heeft de lijn een gelijkmatige kromme, wat een indicatie geeft dat ouderen voor deze dimensie normaal verdeeld zijn.

De lijn die de persoonlijkheidsdimensie ‘emotionele (in)stabiliteit’ weergeeft stijgt heel snel vanaf de scores tussen de 2 en 2,5 en daalt daarna geleidelijk. De scores concentreren zich daarmee aan de linkerkzijde (emotionele instabiliteit) van de figuur en dit geeft aan dat, bij de dimensie behorende, karakteristieken als onzekerheid en angst voor een groep ouderen van toepassing is.

Bij de persoonlijkheidsdimensies ‘wel of niet open staan voor ervaringen’ is een grote piek tussen de scores 2,5 en 3,5 af te lezen, wat erop duidt dat de meeste respondenten een neutrale houding ten aanzien van deze dimensie hebben en er weinig positieve of negatieve uitschieters zijn.

§ 3.3.2 Verschillen in houding pinners en niet-pinners via de geldautomaat

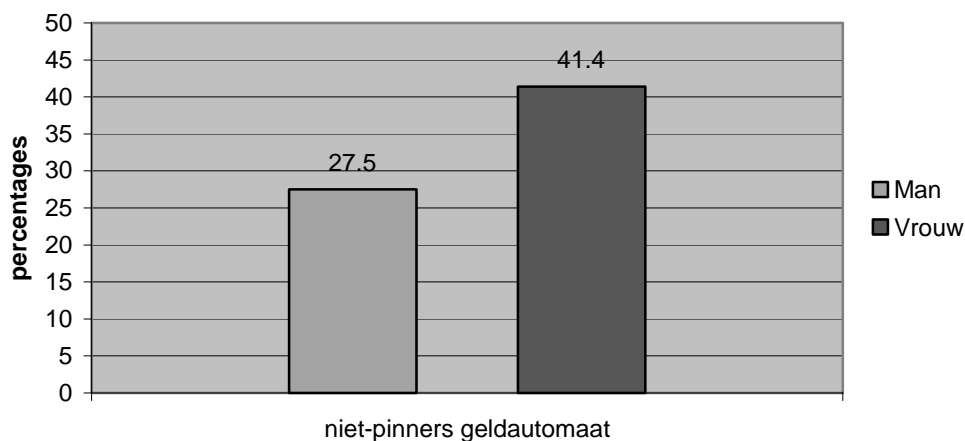
Om te onderzoeken of er wellicht verschillende ouderensegmenten kunnen worden onderscheiden die significant ander gedrag vertonen ten opzichte van elkaar, wordt in deze paragraaf de houding tussen pinners en niet-pinners via de geldautomaat met elkaar vergeleken op basis van een aantal kenmerken.

a. Verschil tussen pinners en niet-pinners via de geldautomaat op basis van demografische variabelen

Geslacht, leeftijd en opleidingsniveau zijn traditionele variabelen om segmentatie te kunnen aanbrengen. Voor deze variabelen is onderzocht of er verschillen optreden tussen de pinners en de groep niet-pinners via de geldautomaat en de groep die geld pinnen wel en de groep die geld pinnen niet als de gebruikelijke methode beschouwd. De resultaten zijn opgenomen in de figuren 3.12 t/m 3.16, waarbij de eerste drie figuren ingaan op de demografische gegevens van de niet-pinners via de geldautomaat. De laatste twee figuren gaan in op de gebruikelijke methode om geld te halen, uitgesplitst naar leeftijd en opleidingsniveau.

In figuur 3.12 zijn de niet-pinners via de geldautomaat uitgesplitst naar geslacht¹⁵.

De figuur laat zien dat van de vrouwelijke respondenten 41,4% niet pinst en van de mannelijke 27,5%. Vrouwen gebruiken dus minder vaak de geldautomaat.

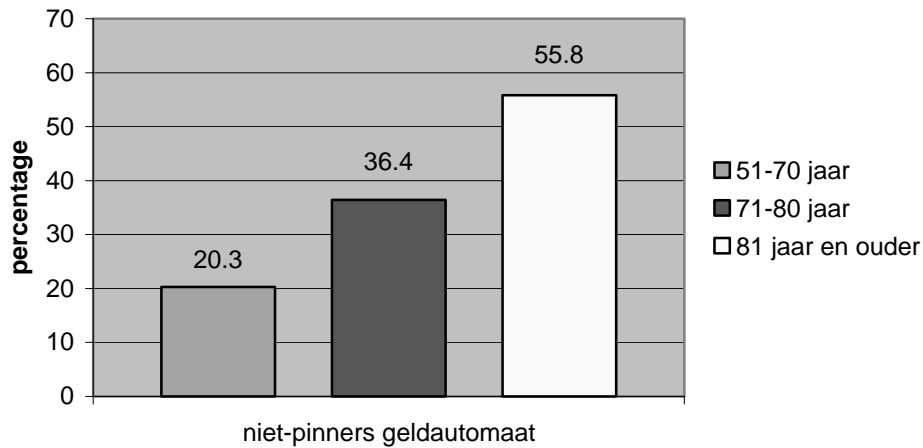


Figuur 3.12 *Niet-pinners via de geldautomaat uitgesplitst naar geslacht*

In figuur 3.13 is voor verschillende leeftijdscategorieën van de respondenten het percentage niet-pinners aangegeven. De leeftijdscategorieën 51-60 jaar en 61-70 jaar zijn samengevoegd, evenals de categorieën 81-90 jaar en 91 jaar en ouder omdat de hoogste en de laagste catego-

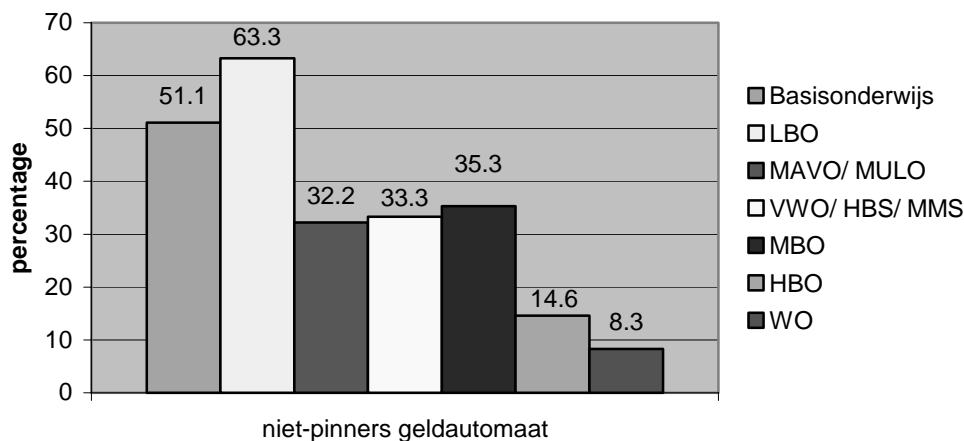
¹⁵ De resultaten van de pinners zijn de reciproke van de niet-pinners.

rie een klein aantal respondenten bevatten die de resultaten kunnen vertekenen. De figuur laat duidelijk zien, dat naarmate de leeftijd stijgt, minder gebruik wordt gemaakt van de geldautomaat.



Figuur 3.13: *Niet-pinders via de geldautomaat uitgesplitst naar leeftijd*

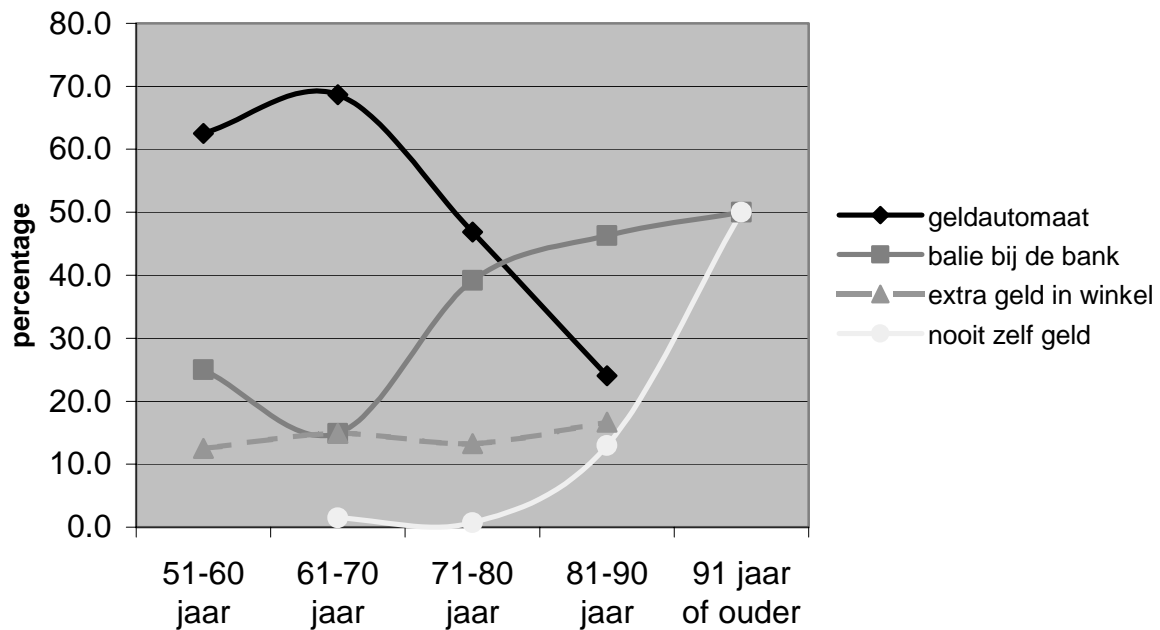
Figuur 3.14 geeft voor verschillende opleidingsniveau van de respondenten het percentage niet-pinders weer. De figuur laat zien dat hoe lager het opleidingsniveau is, hoe minder gebruik van de geldautomaat wordt gemaakt.



Figuur 3.14: *Niet-pinders via de geldautomaat uitgesplitst naar opleidingsniveau*

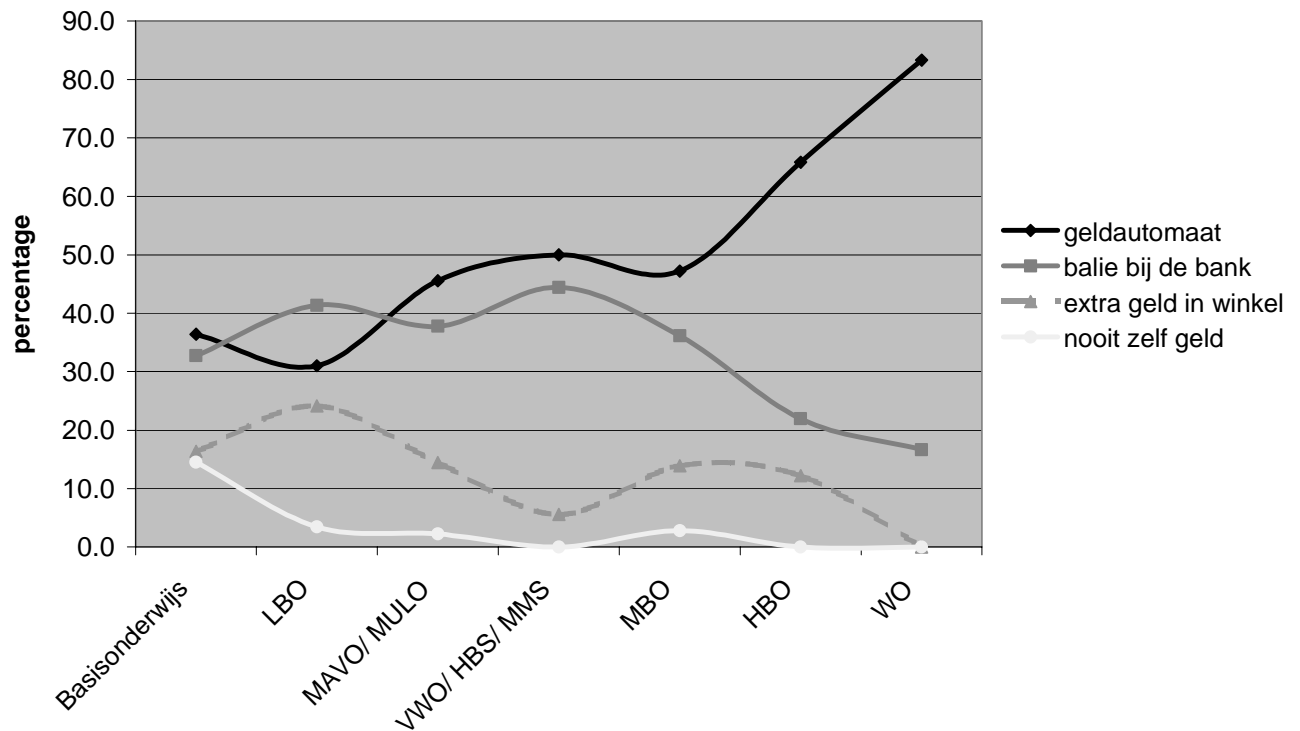
Figuur 3.15 laat het verband zien tussen leeftijd en de gebruikelijke methode om geld op te nemen. In de figuur zijn voor verschillende leeftijdscategorieën van de respondenten de percentages weergegeven voor de methode waarop men gebruikelijk geld haalt. Uit de figuur blijkt dat de jongere generatie vooral de geldautomaat toepast en de oudere generatie met na-

me de bankbalie. Opvallend is dat de groep die extra geld opnemen in de winkel als gebruikelijke methode heeft aangegeven, een constant verloop van 14% heeft over de verschillende leeftijdscategorieën. Bij de resultaten voor de groepen '51-60 jaar' en '91 jaar of ouder' moet worden opgemerkt dat het hier slechts om een klein aantal respondenten gaat (respectievelijk 3% en 2% van de totale steekproef) en dat deze groep dus niet representatief hoeft te zijn.



Figuur 3.15: De gebruikelijke methode om geld op te nemen uitgesplitst naar leeftijd

In figuur 3.16 zijn voor de verschillende opleidingsniveaus van de respondenten de percentages aangegeven voor methode waarop men gebruikelijke geld opneemt. De figuur laat zien dat hoe hoger het opleidingsniveau is, des te vaker de geldautomaat als gebruikelijke methode van geld opnemen wordt toegepast en het gebruik van de balie afneemt. De figuur laat verder zien dat de categorie 'basisonderwijs' veel respondenten (14,5%) bevat die nooit zelf geld halen.



Figuur 3.16: De gebruikelijke methode om geld op te nemen uitgesplitst naar opleidingsniveau

De traditionele segmentatievariabelen geslacht, leeftijd en opleidingsniveau laten al een onderscheid in gedrag zien, namelijk:

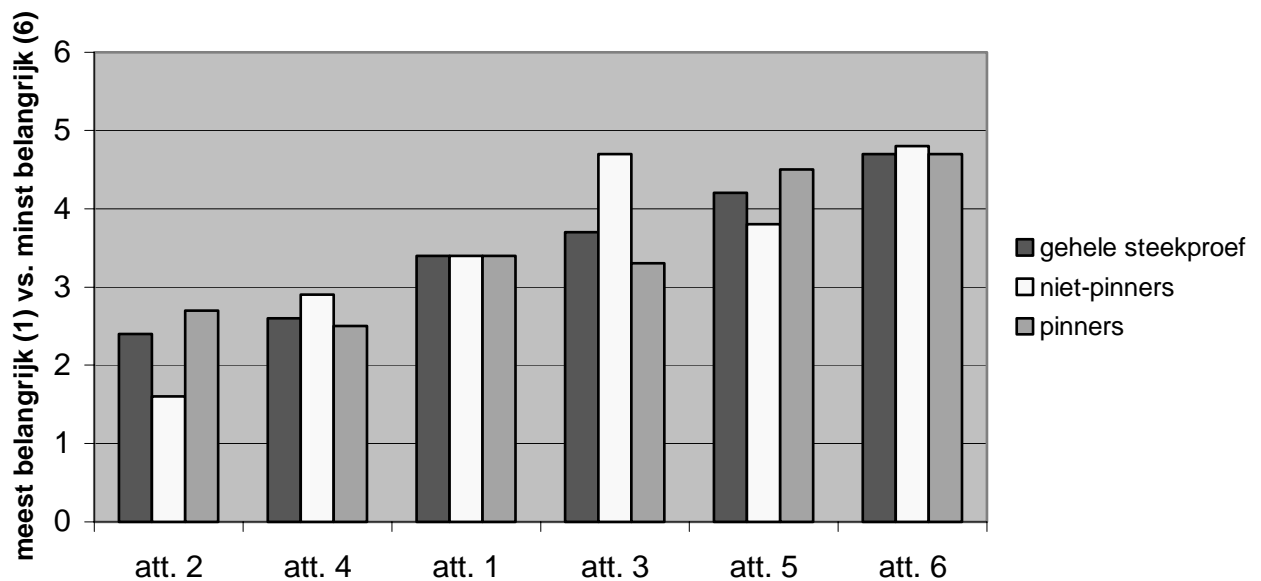
- het aantal niet-pinders via geldautomaat ligt hoger bij vrouwen dan bij mannen;
- hoe ouder de respondenten zijn, des te meer gebruik van de balie wordt gemaakt en des te minder van de geldautomaat;
- hoe hoger het opleidingsniveau, des te vaker de geldautomaat wordt gebruikt;
- een constante groep (14%) van ouderen, die als gebruikelijke manier van geld halen, extra geld bij de winkel opneemt.

b. Verschil tussen pinders en niet-pinders via de geldautomaat op de beoordeling van relevante kwaliteitsattributen

Een volgende stap is om de groep pinders en niet-pinders via de geldautomaat op basis van de zes attributen uit vraag 11 proberen te onderscheiden en dus te kijken naar verschillen in opvattingen over goede dienstverlening van banken. Het ging hier om de volgende attributen:

- Att.1 Het luisteren naar en afhandelen van klachten door het baliepersoneel;
- Att.2 Vriendelijkheid en beleefdheid van het personeel;
- Att.3 Het nooit buiten gebruik zijn van geldautomaten;
- Att.4 Het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften;
- Att.5 Het baliepersoneel maakt (bijna) nooit fouten bij geldtransacties;
- Att.6 Een hoge rente op de spaarrekening, ten opzichte van het marktgemiddelde.

Figuur 3.17 laat de verschillen in score op de attributen zien tussen de groepen pinders, niet-pinders en alle respondenten.



Figuur 3.17: Rangschikking attributen voor het beoordelen van de kwaliteit van dienstverlening door pinders en niet-pinders via de geldautomaat

De t_{II} -toets geeft voor de attributen 2, 3, 4 en 5 een significant verschil in beoordeling tussen wel en niet-pinders (voor een toelichting op de t_{II} -toets, zie bijlage 3.2). Niet-pinders vinden vriendelijkheid en beleefdheid van het personeel en baliepersoneel dat nooit fouten maakt belangrijk voor een goede kwaliteit van dienstverlening (attribuut 2 en 5). Pinders daarente-

gen vinden het nooit buiten gebruik zijn van geldautomaten en het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften belangrijk voor goede dienstverlening (attribuut 3 en 4).

Voor niet-pinders via de geldautomaat is het optreden en de competenties van het personeel van de bank een belangrijks kwaliteitsdimensie voor goede dienstverlening, en voor pinners de toegankelijkheidsdimensies.

c. Verschillen in mening over het betalingsverkeer tussen pinners en niet-pinders via de geldautomaat

Pinders scoren significant hoger op (zie voor toelichting op significanties bijlage 3.3):

- Stelling 5: Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd;
- Stelling 6: Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen;
- Stelling 7: Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer;
- Stelling 8: Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen;
- Stelling 10: Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan.

Niet-pinders scoren significant hoger op:

- Stelling 1: Ik krijg voldoende aandacht bij de bank/ balie;
- Stelling 4: Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank;
- Stelling 9: Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld.

De niet-pinders scoorden erg hoog op de stelling 1 en 4 en de pinners op stelling 7. Blijkbaar zijn niet-pinders meer tevreden over de balie en de bank dan pinners.

d. Verschillen in persoonlijkheidskenmerken

In de vorige paragraaf bleek dat de persoonlijkheidskenmerken van ouderen niet buitensporig afwijken van wat normaal is. Dit bleek ook te gelden voor verschillen in persoonlijkheidskenmerken van de pinners en niet-pinders (zie bijlage 3.4). Het grootste verschil was de score op de derde dimensie ‘wel of niet open staan voor ervaringen’, waar pinners via de geldautomaat meer open staan en niet-pinders minder.

§ 3.3.3 Segmentatie op basis van de motivatie om wel of niet te pinnen via de geldautomaat

Tot nu toe zijn twee groepen van elkaar onderscheiden: de groep die aangeeft wel eens gebruik te maken van een geldautomaat en de groep die aangeeft dat niet te doen.

De motieven om wel of niet te pinnen, gevraagd bij vraag 8 en 10, vertoonden daarbij de volgende grote uitschieters: ‘onveilig’ en de ‘behoefte aan sociaal contact’ bij de niet-pinders en het ‘gemak van elk moment geld halen’ en ‘kost weinig moeite’ bij de pinders. In deze paragraaf wordt onderzocht of op basis van de motivaties om wel of niet te pinnen ouderen in verschillende segmenten kunnen worden ingedeeld.

a. Groep niet-pinders die ‘onveilig’ als reden heeft genoemd

In de groep niet-pinders uit een geldautomaat (36% van de respondenten) gaf 60% aan dat ‘onveiligheid’ één van de motieven was om dat niet te doen. Van het totaal aantal respondenten op de enquête is dit 22% (60% van 36% niet-pinders), ofwel meer dan 1 op de 5 respondenten. Om die reden is deze categorie nader geanalyseerd, het blijkt dat in deze groep:

- 75% vrouwen is;
- 81% ouder dan 71 jaar is;
- het opleidingsniveau lager is dan gemiddeld;
- 27% de supermarkt als alternatief heeft gevonden om gebruikelijk geld op te nemen. (Deze mogelijkheid wordt bijna twee keer zo vaak dan gemiddeld gebruikt.);
- 67% doorgaans geld bij de balie haalt;
- vriendelijkheid en beleefdheid van personeel belangrijk wordt geacht (scoort een 1,7 tegen 2,4);
- het nooit buiten gebruik zijn van de geldautomaat van minder belang wordt geacht (scoort 4,5 tegen 3,7 gemiddeld).

De scores van de groep ‘onveilig’ op de stellingen uit deel II van de enquête zijn onderzocht op verschillen ten opzichte van groep die ‘onveilig’ niet had aangekruist. Het bleek om technische redenen niet mogelijk om in SPSS te testen of de gevonden verschillen ook significant zijn, althans niet met de dataverzameling zoals die was ingevoerd. Aangezien in paragraaf 3.3.2.c.) is aangetoond dat er significante verschillen tussen de reacties van pinders en niet-pinders bestaan, is aangenomen dat dit eveneens voor de, door hen genoemde, motieven geldt. De verschillen in score zijn in tabel 3.2 weergegeven.

Tabel 3.2: *Afwijking op stellingen van groep ‘onveilig’ ten opzichte van de overige groep*¹⁶

Stellingen										
	1) Ik krijg voldoende persoonlijke aandacht bij de bank/ balie	2) Ik ben nog prima in staat om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken	3) Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen	4) Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank	5) Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd	6) Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen	7) Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer	8) Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen	9) Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld	10) Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan
Gem. selectie	4.15	4.25	4.38	4.18	2.38	2.07	3.58	2.91	2.81	1.56
Gem. overige groep	3.92	4.56	4.20	4.10	3.14	2.79	3.88	3.65	2.35	2.29
Vershil	0.23	-0.31	0.18	0.08	-0.76	-0.72	-0.30	-0.74	0.46	-0.68

De groep ‘onveilig’ vindt dat de dienstverlening en toegankelijkheid van het betalingsverkeer door pinnen er niet beter op is geworden (stelling 5 en 6 scoren lager). Ze vinden het eveneens geen uitdaging om nieuwe diensten als pinnen uit te proberen (stelling 8 scoort eveneens lager). Voor een deel komt dat doordat de aanwezige technische kennis laag is (stelling 10). Gevolg is dat het gevoel geen baas meer over eigen geld te zijn heerst (stelling 9).

b. Groep niet-pinders die ‘behoefte aan sociaal contact’ als reden heeft genoemd

Een ander motief dat vaak door niet-pinders is genoemd is de behoefte aan sociaal contact (33% van de respondenten). Ten opzichte van de gehele groep is dit 12% (33% van 36% niet-pinders). Het onderzoek bevatte een voldoende groot percentage om deze groep ook nader te onderzoeken. In deze groep:

- is 70% vrouw;

¹⁶ Met het gemiddelde van de selectie wordt de groep die ‘onveilig’ heeft aangekruist bedoeld, de overige groep is de groep minus de selectie. In tabel 3.3 t/m 3.5 is hetzelfde voor de andere motieven weergegeven.

- is 81% ouder dan 71 jaar;
- is het opleidingsniveau gemiddeld;
- neemt 21% gebruikelijk extra geld op in de supermarkt;
- neemt 79% doorgaans geld op via de balie;
- wordt vriendelijkheid en beleefdheid van personeel zeer belangrijk geacht voor een goede dienstverlening van de banken (scoort een 1,4 tegen 2,4 gemiddeld, dus 75% hoger);
- wordt het nooit buiten gebruik geldautomaat niet belangrijk voor een goede dienstverlening geacht (scoort een 4,9 tegen 3,7 gemiddeld).

Tabel 3.3: Afwijking op stellingen van groep 'behoefte aan sociaal contact' ten opzichte van de overige groep

Stellingen	1) Ik krijg voldoende persoonlijke aandacht bij de bank/ balie	2) Ik ben nog prima in staat om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken	3) Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen	4) Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank	5) Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd	6) Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen	7) Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer	8) Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen	9) Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld	10) Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan
Gem. selectie	4.60	4.76	4.38	4.67	2.68	2.34	3.67	3.46	3.14	1.86
Gem. overige groep	3.90	4.46	4.22	4.06	3.01	2.67	3.84	3.49	2.36	2.17
Vershil	0.70	0.30	0.16	0.61	-0.33	-0.33	-0.17	-0.03	0.78	-0.31

Door de automatisering van bankdiensten is de dienstverlening van banken niet toegenomen en er is ook geen uitdaging om deze diensten te leren aangezien de technische kennis laag is (stelling 5, 6 en 10 scoren lager). Dat je geen baas meer over je eigen geld bent, geldt ook voor deze groep (stelling 9 scoort hoog). Deze groep komt het meest bij de balie en vindt de service daar goed: aandacht bij de balie en algemene tevredenheid scoren hoger (stelling 1 en

4). Deze groep vindt persoonlijk contact aan de balie erg belangrijk en waardeert tijd voor een praatje. Het sociale persoonlijkheidskenmerk extraversie/ introversie scoort 0,3 hoger dan het gemiddelde wat het sociale karakter en de behoefte aan sociaal contact van deze groep onderstreept.

c. Groep pinders die 'elk moment geld halen' als reden heeft genoemd

Bij de respondenten die aangaven wel geld via de geldautomaat op te nemen (64% van de respondenten) was het motief dat het vaakst genoemd werd dat je 'elk moment geld kan halen'. Ten opzichte van de gehele steekproef noemde 41,4% (64,7% van 64% pinders) dit motief. Een voldoende hoog percentage om deze groep nader te analyseren. Het blijkt dat in deze groep:

- de man/ vrouw verhouding precies 50/50 is;
- 30% in leeftijdscategorie 61-70 jaar zit, 65% ouder is dan 71 jaar. Daarmee is deze groep jonger dan de vorige twee;
- het opleidingsniveau met 30% in de categorie HBO/ WO bovengemiddeld is;
- 83% gebruikelijk geld via de geldautomaat haalt;

Tabel 3.4: *Afwijking op stellingen van groep ‘elk moment geld halen’ ten opzichte van de overige groep*

Stellingen	1) Ik krijg voldoende persoonlijke aandacht bij de bank/ balie	2) Ik ben nog prima in staat om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken	3) Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen	4) Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank	5) Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd	6) Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen	7) Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer	8) Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen	9) Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld	10) Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan
Gem. selectie	3.92	4.64	4.16	4.11	3.29	2.98	4.04	3.85	2.07	2.51
Gem. overige groep	4.00	4.39	4.31	4.13	2.75	2.38	3.65	3.23	2.73	1.85
Vershil	-0.08	0.25	-0.15	-0.02	0.54	0.60	0.39	0.62	-0.66	0.66

Pinnen wordt door deze groep als positief ervaren, aangezien er op elk moment van de dag geld kan worden opgenomen en het weinig moeite kost. De dienstverlening is door diensten als pinnen en Internetbankieren toegenomen en het is een uitdaging om deze nieuwe diensten uit te proberen. Door de vele geldautomaten is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor deze groep toegenomen en met de aanwezige technische kennis is het geen probleem om van deze dienst gebruik te maken (stellingen 5, 6, 8 en 10 scoren beduidend hoger). Contact met baliepersoneel wordt gewaardeerd, maar is niet noodzakelijk. Het gevoel geen baas over eigen geld te zijn speelt hier niet (stelling 9 scoort beduidend lager).

c.1 De groep ‘kost weinig moeite’

Het tweede motief dat hoog scoorde om wel geld via een geldautomaat op te nemen was dat het ‘weinig moeite kost’ (genoemd door 51,4%). De kenmerken van deze groep zijn ook onderzocht en komen zeer sterk overeen met de kenmerken van de vorige groep ‘elk moment geld halen’. Van de respondenten die vraag 8 heeft beantwoord gaf 35% beide motieven aan.

Een verklaring is dat ‘elk moment geld halen’ en ‘weinig moeite’ beide variabelen zijn waarbij gemak een belangrijke rol speelt.

Naast de hiervoor beschreven groepen die onderscheiden zijn op hun motieven om wel of niet te pinnen valt een aparte groep te onderscheiden die fysieke problemen heeft met het gebruik van de geldautomaat.

d. Groep met (fysieke) problemen bij gebruik van de geldautomaat

Van de respondenten die wel pinnen gaf 16% aan dit niet zonder problemen, of alleen met behulp van iemand anders te doen. Dit is 10,2% van de totale steekproef (16% van 64% pinners). In deze groep:

- is 35% man, 65% vrouw;
- valt meer dan 83% in de leeftijdscategorie 71-80 jaar of ouder;
- heeft meer dan 60% een laag opleidingsniveau;
- haalt 31% gebruikelijk extra geld bij de winkel, 24% bij de balie en 44% uit een geldautomaat;
- wordt vriendelijkheid en beleefdheid van personeel belangrijk geacht (scoort een 1,8 tegen 2,4 gemiddeld);
- wordt het nooit buiten gebruik zijn van de geldautomaat minder van belang geacht (scoort 4,2 tegen 3,7 gemiddeld).

Tabel 3.5: Afwijking op stellingen van groep '(fysieke) problemen met geldautomaat' ten opzichte van de overige groep

Stellingen	1) Ik krijg voldoende persoonlijke aandacht bij de bank/ balie	2) Ik ben nog prima in staat om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken	3) Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen	4) Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank	5) Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd	6) Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen	7) Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer	8) Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen	9) Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld	10) Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan
Gem. selectie	3.29	3.82	4.54	3.48	2.71	2.24	4.10	2.96	3.03	1.90
Gem. overige groep	3.93	4.68	4.17	4.15	3.24	3.01	3.79	3.72	2.08	2.53
Vershil	-0.64	-0.86	0.37	-0.67	-0.53	-0.77	0.31	-0.24	0.95	-0.63

Deze groep scoort op de bijna alle stellingen lager dan de gehele steekproef. Ze krijgt niet voldoende aandacht bij de bank/ balie, is minder goed in staat om zelfstandig een bank te bezoeken en is over het algemeen een stuk minder tevreden over de bank dan de gehele steekproef (stelling 1, 2 en 4 scoren lager). Ook is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer niet toegenomen (stelling 8). De dienstverlening is door pinnen verslechterd en het is geen uitdaging om nieuwe diensten uit te proberen (stelling 5 en 6). Respondenten die aangaven (fysieke) problemen met de geldautomaat te hebben, vinden behoorlijk vaker dat ze niet meer over hun eigen geld kunnen beschikken, gezien de hoge score op stelling 9.

§ 3.3.4 Bepaling van uiteindelijke segmenten

Op basis van de verschillen in demografische variabelen, de verschillende motieven om wel of niet te pinnen en de afwijkende meningen ten aanzien van het betalingsverkeer kunnen de hierboven beschreven ouderentypen als aparte segmenten worden beschouwd.

Een oudere zal echter niet altijd precies in één van deze segmenten te plaatsen zijn: er bestaat altijd overlap tussen de groepen.

De grootte van segment ‘niet-pinders wegens onveiligheid’ is bepaald op 22%. Dit percentage komt overeen met het aantal respondenten dat ‘onveilig’ heeft aangekruist bij vraag 10 (60%) vermenigvuldigd met het aantal niet-pinders uit een geldautomaat (36%).

De segmentgrootte ‘niet-pinders wegens behoefte aan sociaal contact’ is bepaald op 12%, gebaseerd op het aantal respondenten dat bij vraag 10 aangegeven heeft ‘behoefte aan sociaal contact’ te hebben (33%) vermenigvuldigd met het aantal niet-pinders uit een geldautomaat (36%).

De grootte van segment ‘pinders wegens gemak’ is bepaald op 62%. Dit zijn de respondenten met ‘elk moment geld halen’ en ‘kost weinig moeite’ als genoemde motieven. De grootte is gebaseerd op het percentage dat aangegeven heeft dat pinnen de meest gebruikelijke manier is om geld op te nemen (62% neemt gebruikelijk geld op met behulp van pinpas).

De segmentgrootte van ouderen die niet zonder problemen zelfstandig geld kunnen opnemen uit de geldautomaat is bepaald op 10%. De berekening komt uit vraag 9, waar 16% aangaf niet zelfstandig of zonder problemen te kunnen pinnen, vermenigvuldigd met het aantal pinders (64%). In tabel 3.6 staan bovenstaande percentages vermeld.

Tabel 3.6: *Omvang van elk segment*

Segment	Omvang
‘niet-pinders wegens onveiligheid’	22%
‘niet-pinders wegens behoefte aan sociaal contact’	12%
‘pinders wegens gemak’	62%
‘pinders, maar met (fysieke) problemen om zelfstandig geldautomaat te gebruiken’	10%

§ 3.4 Conclusie onderzoeksresultaten

Van de onderzochte groep ouderen heeft 64% aangegeven wel eens gebruik te maken van een geldautomaat. Daarmee heeft 36% aangegeven nooit gebruik van een geldautomaat te maken. De analyse heeft aangetoond dat aan het wel of niet gebruik maken van de geldautomaat verschillende motieven ten grondslag liggen en dat de demografische variabelen verschillen tussen wel en niet-pinner:

- pinner zijn vaker mannen, jonger en hebben een hoger opleidingsniveau;
- niet-pinner daarentegen zijn vaker vrouwen, ouder en zijn lager opgeleid.

In de beoordeling van relevante kwaliteitsdimensies voor een goede dienstverlening van banken geldt dat;

- niet-pinner het optreden en competenties van het bankpersoneel significant belangrijker vinden;
- pinner dimensies met betrekking tot toegankelijkheid het meest belangrijk vinden.

Op basis van de motieven om wel of geen gebruik van de geldautomaat te maken en hun houding ten aanzien van het betalingsverkeer is een viertal segmenten onderscheiden (tussen haakjes staat de omvang van het segment weergegeven):

1. Een segment pinner (62%) met als hoofdmotieven dat pinner ‘weinig moeite kost’ en ‘elk moment geld gehaald kan worden’, samengevat onder de noemer ‘gemak’.
2. Een segment niet-pinner (22%) met als hoofdmotief ‘onveilig’.
3. Een segment niet-pinner (12%) met als hoofdmotief ‘de behoefte aan sociaal contact’.
4. Een segment pinner (10%), maar met (fysieke) problemen om zelfstandig gebruik van de geldautomaat te maken.

Het eerstgenoemde segment heeft doorgaans weinig problemen met het betalingsverkeer, vindt de dienstverlening van banken verbeterd en ziet nieuwe diensten als een uitdaging.

De laatste drie segmenten hebben meer problemen met het betalingsverkeer. Alle drie segmenten zijn op zoek naar alternatieven in het betalingsverkeer om hun onzekerheid en angst te reduceren. Ze vinden de dienstverlening en toegankelijkheid van het betalingsverkeer afgenomen en zien in nieuwe diensten geen uitdaging.

In het volgende hoofdstuk worden de oplossingen en oplossingsrichtingen van de banken en andere instellingen beschouwd, en wordt onderzocht in hoeverre aan de behoeften van de verschillende gevonden segmenten wordt voldaan.

Hoofdstuk 4 Oplossingen

§ 4.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken is onderzocht wat de belangrijkste knelpunten voor ouderen zijn met betrekking tot de toegankelijkheid van het betalingsverkeer. Op basis van overeenkomsten in houding en gedrag ten aanzien van het betalingsverkeer, en meer specifiek ten aanzien van het gebruik van de geldautomaat, is een aantal ouderensegmenten gedefinieerd. Banken hebben inmiddels diverse oplossingen ontwikkeld en mogelijk al gerealiseerd om de toegankelijkheidsproblematiek te verminderen en op te lossen. Dit hoofdstuk geeft een overzicht van deze oplossingen en bekijkt wat de mogelijke voor- en nadelen van de oplossingen zijn voor de verschillende ouderensegmenten.

De oplossingen zijn vanuit een drietal bronnen aangedragen: (1) de aanbevelingen uit het rapport van de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB, 2002), (2) de gehouden focusgroep interviews met ouderen en (3) vanuit een discussie die is gevoerd met vertegenwoordigers van een vijftal banken uit de stad Groningen. Deze discussie vond plaats op 24 september 2002, tijdens een bijeenkomst waar de voorlopige onderzoeksresultaten van de enquête zijn gepresenteerd. Er waren vertegenwoordigers van de ABN AMRO bank, CVB Bank, ING bank, Rabobank en SNS bank aanwezig.

In de inleiding van dit rapport is aangegeven dat bij de beschouwing van de alternatieven om geld op te nemen de nadruk ligt op *bruikbaarheid*. Met bruikbaarheid wordt bedoeld in hoeverre de oplossingen specifiek voor ouderen zijn en hun problemen een oplossing bieden. Paragraaf 4.2 bespreekt de voor- en nadelen van de oplossingen en relateert ze aan de gevonden ouderensegmenten. Paragraaf 4.3 gaat daarna in op de communicatie en belofte van de bank.

§ 4.2 Oplossingen gerelateerd aan de ouderensegmenten

Het rapport van de NVB noemt een aantal oplossingen die achtereenvolgens worden uitgewerkt. Op basis van de voor- en nadelen wordt aangegeven welke gevonden ouderensegmenten het meeste baat hebben van de oplossingen.

§ 4.2.1 Opnameservice

Voor mensen die niet *kunnen* pinnen via een geldautomaat wordt er een aantal oplossingen aan de balie van een bank aangeboden, samengevat onder de noemer ‘opnameservice’. Banken bieden daarbij aan klanten de mogelijkheid om over contant geld te beschikken zonder dat ze daarbij zelf achter de knoppen van een geldautomaat hoeven plaats te nemen. De sociale interactie tussen de klant en bankmedewerker is bij elke vorm van opnameservice nadrukkelijk aanwezig en om die reden biedt deze oplossing het meeste voordeel voor het segment ‘behoefte aan sociaal contact’. De opnameservice kan door banken op de volgende manieren worden ingevuld:

- *Geholpen zelfbediening*. Dit houdt in dat een klant binnen in het bankgebouw door een bankmedewerker geholpen wordt bij het opnemen van geld uit de geldautomaat.
- Het verstrekken van een zogenaamde *baliepas* of *servicepas*. Met een dergelijke pas krijgt een klant ontheffing om geld bij de balie te mogen opnemen, omdat het gebruik van de geldautomaat (fysiek) niet mogelijk is. De, door de bank ingevoerde, drempelbedragen worden voor deze klant niet gehanteerd.
- Een bankmedewerker pint ten laste van een *interne rekening* van de bank, hetgeen later op de rekening van de klant wordt verwerkt. Hierdoor hoeft de klant zelf niet te pinnen maar doet de medewerker dat.

Voordelen van deze oplossing:

- Er is direct contact met een bankmedewerker, waarmee aan de behoefte aan sociaal contact wordt toegekomen;
- Er zijn geen drempelbedragen meer;
- Met geholpen zelfbediening bestaat de kans dat een oudere op een bepaald moment alsnog leert hoe de geldautomaat werkt en zelfstandig gaat pinnen.

Nadelen/ problemen bij deze oplossing:

- De criteria wanneer iemand in aanmerking komt voor een baliepas of servicepas moeten helder zijn, anders werkt dat onduidelijkheid in de hand.
- Afzonderlijke bankfilialen gaan soms verschillend om met de ingevoerde drempelbedragen, ofwel er wordt onder ouderen gediscrimineerd. Het ene kantoor is zeer strikt in haar beleid, terwijl een ander kantoor regelmatig een uitzondering voor ouderen maakt wanneer daar om wordt gevraagd. Dit schept onduidelijkheid voor de klant en roept daarmee gevoelens van onvrede op.

- Met de invoering van een baliepas wordt een oudere als ‘speciale’ klant behandeld, terwijl niet iedereen dat wil. Ouderen willen vooral niet als oudere aangesproken worden, omdat dit hun zelfimago kan aantasten, iets dat Leonard en Burnett (1992) aangaven in paragraaf 2.5.1 over adoptiebarrières.
- Tijdens de focusgroup interviews is gebleken dat veel ouderen niet op de hoogte zijn van genoemde vormen van opnameservice. Ouderen hebben aangegeven dat banken hierover zeer slecht communiceren en dat het meeste nieuws uit de krant moet worden gehaald. Dit tast de kwaliteitsbeoordeling en geloofwaardigheid van een goede dienstverlening van banken direct aan.

§ 4.2.2 Goede toegankelijkheid geldautomaten

Een andere aanbeveling die de NVB in haar rapport geeft, is meer structurele aandacht voor een goede toegankelijkheid van de geldautomaten. Het gaat hierbij ten eerste om een verbetering van de fysieke toegankelijkheid, ofwel de ergonomische aspecten van de automaten en haar omgeving. Gedacht moet worden aan bijvoorbeeld het verbeteren van de leesbaarheid van de schermen, een knop voor minder snelle uitvoering van handelingen, of uniformiteit van *alle* geldautomaten van *alle* banken. Samenwerking tussen banken onderling is hierbij noodzakelijk, maar ook overleg tussen de banken en fabrikanten van de geldautomaten.

Ten tweede gaat het om structurele aandacht voor verbetering van de veiligheidsbeleving bij geldautomaten door goede verlichting en camera's te plaatsen en de geldautomaten beschut op te stellen en schoon te houden.

Het segment ‘(fysieke) problemen om zelfstandig geldautomaat te gebruiken’ profiteert het meest wanneer de ergonomische aspecten en fysieke toegankelijkheid van de geldautomaat worden verbeterd. Het plaatsen van camera's, goede verlichting en beschutting rondom de geldautomaat biedt het meeste voordeel voor het segment ‘onveilig’.

Voordelen van deze oplossing:

- Meer mensen durven gebruik te maken van de geldautomaat omdat het veiligheidsgevoel op straat verbetert;
- Mensen met een functiebeperking die wel *willen* pinnen zijn geholpen;
- De gebruiksvriendelijkheid van de geldautomaten neemt toe.

Nadelen/ problemen bij deze oplossing:

- Veiligheidsbeleving is een subjectief begrip: wat de één onveilig vindt, vindt een ander wel veilig. Er moet goed nagedacht worden over wat de veiligheidsbeleving van ouderen is: het feit dat een grote groep ouderen heeft aangegeven zich onveilig te voelen, moet voor banken een duidelijk signaal zijn dat hier verbeteringen in aan te brengen zijn.

Box 1 Toegankelijkheid geldautomaat

Tijdens de discussie met banken in Groningen kwam naar voren dat de fysieke toegankelijkheid van geldautomaten in meerdere steden reeds aandacht krijgt, zoals bijvoorbeeld in Amsterdam. Hier hebben banken onderling afgesproken dat één van hen de geldautomaat lager in de muur plaatst wanneer er meerdere automaten op een rij staan.

Uit de discussie is tevens gebleken dat camera's bij geldautomaten plaatsen een zeer goede preventieve werking heeft en het veiligheidsgevoel van de klant verhoogt.

§ 4.2.3 Geldautomaten naar binnen verplaatsen

Voor ouderen die wel kunnen pinnen, maar dit vanuit veiligheidsoverweging liever niet bij een geldautomaat buiten willen doen is de oplossing gesuggereerd om geldautomaten naar binnen te verplaatsen. Hiermee wordt bedoeld dat een automaat in de centrale hal van het bankgebouw wordt geplaatst. Op die manier is er toezicht van de bankmedewerkers en is de omgeving beschut. Het segment dat het meeste profiteert van deze oplossing is het segment 'onveilig', omdat de ouderen in dit segment een alternatief hebben om niet op straat te hoeven pinnen. Het feit de ouderen in dit segment een keer zo vaak extra geld opnemen in de winkel, ten opzichte van de gehele steekproef, geeft aan dat de behoefte om binnen te kunnen pinnen voor dit segment groot is.

Voordelen van deze oplossing:

- Het onveiligheidsgevoel wordt weggenomen, waardoor ouderen die wel willen pinnen maar dat buiten niet durven, geholpen zijn;
- Er zijn meer mogelijkheden voor contact tussen de bankmedewerker en de klant, waarmee enigszins in de behoefte aan sociaal contact van laatstgenoemde wordt tegemoet gekomen;

- Doordat de klant vaker het bankgebouw binnenstapt kan hij of zij zich op de hoogte stellen van nieuwe producten en diensten die de bank aanbiedt;
- Geldautomaten kunnen in openbare gelegenheden worden geplaatst, zodat de klant naast de bank meerdere alternatieven heeft om binnen te pinnen.

Nadelen/ problemen bij deze oplossing:

- Er moet rekening worden gehouden met de beperkte openingstijden van een bankkantoor of openbare gelegenheden. Geldautomaten naar binnen verplaatsen moet daarom geen vervanging van geldautomaten buiten zijn, maar een aanvulling: niet twee geldautomaten buiten, maar één binnen en één buiten.
- Geldautomaten kunnen in openbare gelegenheden worden geopend, maar dan moet er wel rekening worden gehouden met de lokatie. Enerzijds vinden banken dat de plaatsen rendabel moeten zijn, anderzijds moeten ze wel in een buurt zitten, waar veel ouderen wonen, wil het voor deze doelgroep een oplossing zijn. Box 2 laat zien wat er gebeurt wanneer hier niet voldoende rekening mee is gehouden.

Box 2 Geldautomaten naar binnen verplaatsen

Tijdens de discussie met banken in Groningen is genoemd dat de geldautomaat op sommige plaatsen in Groningen reeds naar binnen is verplaatst, zoals bijvoorbeeld de geldautomaat in de Openbare Bibliotheek. Tot op heden is hier echter weinig gebruik van gemaakt. Ten eerste was dat omdat de coupures die de machine uitgaf te groot waren. Maar nadat dit was aangepast nam het gebruik nog steeds niet echt toe. Andere oorzaak kan zijn dat de openbare bibliotheek van Groningen zich midden in het centrum van Groningen bevindt en daar relatief weinig ouderen wonen. Het is ook aanmerkelijk dat ouderen die geen lidmaatschap bij de bibliotheek hebben niet weten dat deze dienst beschikbaar is.

§ 4.2.4 Voorlichting en training

Er zijn ouderen die geen gebruik van de geldautomaat maken, omdat ze het te moeilijk vinden. Daarnaast is er een groep ouderen die de geldautomaat wel gebruikt, maar niet zonder problemen. Voor deze groepen bieden banken oplossingen door middel van voorlichting en training, in de vorm van zogenaamde knoppencursussen. Ouderen worden hier onder begeleiding van een bankmedewerker vertrouwd gemaakt met de technologie.

Van alle segmenten bleek het segment ‘(fysiek) problemen om zelfstandig geldautomaat te gebruiken’ de meest negatieve houding ten aanzien van het betalingsverkeer te hebben. Voorlichting en training van de bank kan dit segment helpen om ook zelfstandig te kunnen pinnen en kan de negatieve houding wegnemen door meer aandacht aan de groep te schenken. Een voorbeeld van goede voorlichting en training is het stimuleren van het gebruik van de Chipknip (zie box 3).

Box 3 Gebruik Chipknip door ouderen

(persbericht Rabobank, 15 augustus 2002)

Van de 75 miljoen betalingen die nu jaarlijks met de Chipknip gedaan worden, komen er 15 miljoen voor rekening van ouderen.

Recent is gebleken dat de Chipknip met name onder ouderen in verzorgings- en verpleegtehuizen een aanslaand succes is. Door plaatsing van de oplaadpunten in de gebouwen en actieve training van de bank in samenwerking met speciaal daarvoor opgeleide ouderen zijn de bewoners in alle rust vertrouwd gemaakt met deze technologie.

Bewoners hoeven niet meer naar de geldautomaat en kunnen in hun eigen veilige omgeving opladen en voor directies van de tehuizen is levert het minder boekhouding op en is het veiliger, doordat er minder contant geld aanwezig is.

Voordelen van deze oplossing:

- Het imago van de bank onder ouderen kan toenemen, doordat ze actief worden benaderd om aan het moderne betalingsverkeer deel te nemen;
- Wanneer ouderen op de hoogte worden gebracht van alternatieven om geld op te nemen is de kans groter dat ze deze efficiëntere alternatieven gaan gebruiken.

Nadelen/ problemen bij deze oplossingen:

- Uit de focusgroup interviews bleek dat ouderen niet voldoende actief op de hoogte worden gesteld van de mogelijkheden die de bank aanbiedt.

§ 4.2.5 Oplossingen die de bereikbaarheid en beschikbaarheid van diensten verhogen

Naast de oplossingen gerelateerd aan de bruikbaarheid van de bankbalie of geldautomaat, bestaan er ook ideeën over het onderbrengen en aanbieden van financiële diensten in andere gebouwen dan de bank. Hiermee wordt vooral tegemoet gekomen aan de afgenomen bereikbaarheid en beschikbaarheid van diensten.

a. Bankdiensten in winkel

Op dit moment hebben veel supermarkten reeds een cash back functie, wat inhoudt dat wanneer de boodschappen gepind worden, de mogelijkheid wordt geboden om extra contant geld op te nemen.

Het rapport van de NVB geeft aan dat het ‘de overweging waard is om nader in gesprek te gaan met de overheid om te bezien op welke wijze financiële diensten kunnen worden geïntegreerd’. Het ligt volgens de NVB het meest voor de hand om eenvoudige bankdiensten via de lokale winkel of supermarkt aan te bieden.

De Postbank heeft inmiddels aangegeven op 400 locaties de mogelijkheid te bieden om geld op te nemen bij winkeliers (Volkskrant, 7 november 2002). De winkeliers mogen een klant geen geldopname weigeren als verder niets in de winkel wordt gekocht. De Postbank betaalt de eigenaar van de winkel een vergoeding gebaseerd op het aantal klanten in de plaats.

b. Bankdiensten via ‘buurtbalie’ concept

Er wordt ook bestudeerd in hoeverre eenvoudige bankdiensten via een ‘buurtbalie’ concept, kunnen worden aangeboden, door bijvoorbeeld bankdiensten in buurthuizen of bibliotheken onder te brengen (zie box 4).

Box 4 Proef met geld- en postloket
(persbericht Friesch Dagblad, 30 oktober 2002)

De Stichting Behoud Lokaal Loket begint samen met de Rabobank een proef met gecombineerde diensten aan één loket om de dienstverlening in dunbevolkte gebieden te garanderen. Deze 'buurtbalies' moeten ervoor zorgen dat geldhandelingen, postpakken afgeven en het invullen van bijvoorbeeld huursubsidieformulieren ook in kleine dorpen en buitenwijken mogelijk blijft. De proef zal ook in buitenwijken van grote steden worden gehouden.

c. Bankbus en geldbezorgservice

Een dienst die banken, zij het tot op heden in beperkte mate, buiten de kantoren of geldautomaat aanbieden, is bijvoorbeeld een bankbus die door de provincie rijdt en waar eenvoudige bankhandelingen verricht kunnen worden. De ANBO en ABN AMRO bank werken aan een proef met een multifunctionele servicebus (ANBO en ABN AMRO, 7 november 2002).

Een andere dienst is een geldbezorgservice, waarbij het contante geld dat de klant wil opnemen tegen een vergoeding thuis wordt bezorgd. De vergoeding voor de bezorging bedraagt 5,50 per transactie, wat in de praktijk inhoudt dat er grote bedragen in één keer dienen te worden bezorgd, omdat anders de transactiekosten in verhouding erg hoog worden.

Voordelen van deze oplossingen:

- Geld opnemen in een winkel bevordert ten eerste het veiligheidsgevoel van de consument, doordat de omgeving beschut is en er meerdere mensen aanwezig zijn. Ten tweede kan de veiligheid voor de winkel zelf worden verhoogd, doordat er minder geld in de kassa's aanwezig is;
- De consument heeft meer alternatieven om geld op te nemen, waarmee het serviceniveau in sommige gebieden, zoals het platteland en buitenwijken, in stand kan worden gehouden.

Nadelen/ problemen bij deze oplossingen:

- Wanneer financiële diensten buiten de bank om worden aangeboden, moet worden gewaakt voor voldoende deskundigheid en bekwaamheid van het personeel dat de klant bedient;
- Ondanks dat tijdens de focusgroup interviews begrip is getoond voor het in rekening brengen van kosten voor het bezorgen van geld, moet worden afgevraagd hoeveel ouderen daadwerkelijk van deze dienst gebruik willen maken, aangezien deze groep vaak kleine geldbedragen opneemt en de transactiekosten dan relatief erg hoog worden;
- Tijdens de focusgroup interviews was de helft van de deelnemers niet goed op de hoogte van de genoemde mogelijkheden en alternatieven.

De oplossingen, die in deze subparagraaf zijn genoemd, zijn voornamelijk geschikt voor plaatsten waar de bereikbaarheid slecht is en de beschikbaarheid van bankdiensten klein, zoals bijvoorbeeld op het platteland of in buitenwijken van een stad.

Box 5 Seniorenstichting koopt bankgebouw

(persbericht Friesch Dagblad, 25 oktober 2002)

De stichting Jonkersstee, een organisatie die zich inzet voor 50-plussers in Oudega, is er in geslaagd de Rabobank voor het dorp te behouden.

Jonkersstee wist sluiting van de Rabobank te voorkomen door het bankgebouw te kopen en om te bouwen tot gemeenschapsruimte.

De Rabobank blijft bij Oudega betrokken door het pand voor twee dagdelen in de week te huren voor een periode van tien jaar. Op die dagdelen komt een medewerker van de Rabobank naar Oudega om bancaire diensten te verlenen.

Met Oudega als voorbeeld heeft de Rabobank ook voor de filialen in Garyp en Noardburgum een vergelijkbare constructie bedacht. In deze dorpen hebben particulieren het bankgebouw gekocht. Zij verhuren een deel terug aan de Rabobank.

§ 4.3 Communicatie en belofte

In de hiervoor genoemde oplossingen/ oplossingsrichtingen is een aantal keren genoemd dat ouderen slecht worden geïnformeerd over de aangeboden alternatieven: of banken communiceren te weinig, of de doelgroep begrijpt de boodschap niet, doordat de boodschap slecht wordt gecommuniceerd.

Voor een deel is dit te wijten aan het feit dat banken weinig onderscheid in ouderen maken door ze te segmenteren. Iedere oudere wordt op dezelfde manier aangesproken. In communicatie kan echter een onderscheid in twee soorten informatie worden gemaakt (Sikkel, Brüngenwirth en Keehnen, 2002):

1. informatie die commercieel wordt overgebracht en waarbij gevoelens en emoties worden opgeroepen;
2. functionele informatie die feitelijk wordt gepresenteerd.

De eerste vorm van informatiecommunicatie wordt het meest door banken toegepast: er wordt ingespeeld op gemak, snelheid, en overal ter wereld altijd te kunnen bankieren. Deze boodschap dragen banken vaak uit in hun advertenties.

De tweede vorm van communicatie geeft functionele en feitelijke informatie, zonder franjes daaromheen. Het is bijvoorbeeld de informatie met de precieze criteria om in aanmerking te komen voor een baliepas.

Er is een groep ouderen die steeds meer behoefte heeft aan de laatstgenoemde vorm van communicatie. Het is de groep die probeert om onzekerheid te reduceren en risico's wil vermijden. Bij de beschreven oplossingen moeten banken nagaan in hoeverre de informatie inderdaad functioneel en feitelijk wordt verschaft.

De dialoog met de klant verslechterd

Hoewel banken en belangengroepen steeds vaker de dialoog met elkaar aangaan en samen naar alternatieven zoeken om het betalingsverkeer toegankelijker te maken, is de dialoog met de klant verslechterd. Immers, door het vervangen van balies door geldautomaten zijn de contactmomenten tussen de klant en bankmedewerker afgenomen en is meer afstand gecreëerd. Bij de uitvoering van de maatregelen van banken wordt te weinig aandacht aan de dialoog met ouderen besteed, aangezien ouderen hebben aangegeven dat ze slecht worden geïnformeerd over de mogelijkheden en alternatieven om deel te nemen aan het betalingsverkeer. Niet alle ouderen ervaren dat de aangedragen oplossingen van banken hun onzekerheid en

angst ten aanzien van pinnen doen wegnemen: de belofte van de bank sluit niet aan op de door hen waargenomen kwaliteit van dienstverlening en de problemen worden niet weggewonnen.

Hoofdstuk 5 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusies en aanbevelingen van het onderzoek gepresenteerd. Als eerste worden in paragraaf 5.1 de drie onderzoeksvragen beantwoord. Het onderzoek en onderzoeksproces worden geëvalueerd in paragraaf 5.2, waarna paragraaf 5.3 met de aanbevelingen volgt. Tot besluit geeft paragraaf 5.4 een aantal suggesties voor verder onderzoek.

§ 5.1 Conclusies van het onderzoek

Onderzoeksvraag 1:

Welke oorzaken kunnen worden gevonden voor een (gepercipieerde) verslechtering van de toegankelijkheid van het betalingsverkeer?

In dit onderzoek zijn meerdere oorzaken onderscheiden die de toegankelijkheid van het betalingsverkeer hebben verslechterd. Ten eerste heeft begin jaren '90 de giralisering en automatisering van het Nederlandse betalingsverkeer ertoe geleid dat het face-to-face contact van de klant met de bank is afgenomen. Met de introductie van efficiëntere bedieningsconcepten, als bijvoorbeeld de geldautomaat, hebben banken zich geherpositioneerd en is het beleid erop gericht geweest om eenvoudige geldtransacties zoveel mogelijk buiten de balie om te laten plaatsvinden en geautomatiseerde alternatieven te stimuleren: service is veranderd in self-service.

Ten tweede zijn veel balies gesloten en ten derde hebben de overgebleven balies een andere functie gekregen. De moderne bankbalie heeft een adviesgevende en verkoopgerichte functie en de voorheen belangrijke transactiegerichte functie is ontmoedigd door het invoeren van drempelbedragen bij geldopnames. Het optreden van de bankmedewerker, en daarmee de balie, speelt een zeer belangrijke rol in het bepalen van de houding van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer en voor ouderen die geen gebruik van de geldautomaat willen of kunnen maken is met het ontmoedigen van de balie de toegankelijkheid van het betalingsverkeer verslechterd.

Andere oorzaken van verslechterde toegankelijkheid zijn ten vierde het sluiten van bankfilialen om efficiëntie redenen en ten vijfde de tarifiering voor financiële producten en diensten. Op een aantal aspecten is het serviceniveau van banken daarmee afgenomen en zijn de kosten gestegen.

Onderzoeksvraag 2:

Welke ouderensegmenten kunnen worden onderscheiden, in relatie tot de toegankelijkheid van het betalingsverkeer, en welke problemen ondervinden deze individuele segmenten?

In een enquête onder ouderen in de stad Groningen is de houding en het gedrag van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer en specifiek het gebruik van de geldautomaat onderzocht. Uit een respons van 283 ouderen kwam naar voren dat ouderen op basis van hun motieven om wel of geen gebruik te maken van een geldautomaat in vier segmenten kunnen worden ingedeeld:

- Het eerste segment bestaat uit een groep ouderen die gebruik maakt van de geldautomaat, met als motivatie dat elk moment geld gehaald kan worden en pinnen weinig moeite kost. De groepsgrootte is bepaald op 62% van de steekproef. Het segment bestaat uit evenveel mannen als vrouwen en is jonger en hoger opgeleid dan gemiddeld.
- Het tweede segment bestaat uit een groep niet-pinders met als belangrijkste motivatie de onveiligheid. De groepsgrootte is bepaald op 22% van de steekproef. Het segment bestaat voor driekwart uit vrouwen en is ouder en lager opgeleid dan gemiddeld.
- Het derde segment bestaat eveneens uit niet-pinders, met als belangrijkste motivatie dat ze behoefte aan sociaal contact hebben. De groepsgrootte is bepaald op 12% van de steekproef. Het segment bestaat voor 70% uit vrouwen, de leeftijd is hoger dan gemiddeld en het opleidingsniveau is gemiddeld.
- Het vierde segment zijn ouderen die wel gebruik maken van de geldautomaat, maar dit niet zonder (fysieke) problemen zelfstandig kunnen doen. De groepsgrootte is bepaald op 10% van de steekproef. Dit segment bestaat voor tweederde uit vrouwen en is van alle segmenten gemiddeld het oudst en het laagst opgeleid.

Uit de enquête bleek dat de meerderheid van de ouderen een positieve houding heeft ten aanzien van het gebruik van de geldautomaat en het betalingsverkeer in het algemeen. Voor hen hebben nieuwe diensten in het betalingsverkeer de toegankelijkheid doen toenemen. ‘Gemak’ is daarbij het belangrijkste motief om gebruik te maken van een geldautomaat.

Van de in de enquête onderzochte ouderen gaf 36% aan nooit gebruik van een geldautomaat te maken. Ondanks verschillende motieven hebben deze niet-pinders een overeenkomstige houding: het zijn ouderen met risicomijdend gedrag die op zoek zijn naar zekerheid. Bij de één uit zich dat in het vermijden van onveilige situaties door bijvoorbeeld niet op straat te gaan pinnen; een ander zoekt sociaal contact met een bankmedewerker. Deze ouderen hechten

veel minder waarde aan ‘gemak’ en zijn op zoek naar feitelijke informatie en functionele oplossingen om hun onzekerheid te reduceren.

In de onderzoeksopzet werd verwacht dat de persoonlijkheidskenmerken van ouderen hun motivatie om wel of geen gebruik van de geldautomaat te maken zouden beïnvloeden. In de resultaten is echter gebleken dat ouderen qua persoonlijkheidskenmerken niet bijzonder opvallende scores lieten zien en is de invloed ervan niet aangetoond.

Onderzoeksvraag 3:

Welke oplossingen worden er momenteel aangedragen en wat zijn de voor- en nadelen van deze oplossingen voor de gevonden ouderensegmenten?

De kritiek vanuit de samenleving op de verslechterde dienstverlening van banken heeft ertoe geleid dat er diverse initiatieven zijn genomen om de toegankelijkheid van het betalingsverkeer te waarborgen of te verbeteren. In hoofdlijnen kunnen de oplossingen voor de toegankelijkheidsproblematiek worden onderverdeeld in vijf groepen:

- Een opnameservice voor mensen die niet kunnen pinnen, vormgegeven door (1) geholpen zelfbediening, (2) het verstrekken van zogenaamde baliepassen en (3) bankmedewerkers die ten laste van een interne rekening voor de klant pinnen;
- Het verbeteren van de fysieke en ergonomische toegankelijkheid van de geldautomaat;
- Het naar binnen verplaatsen van de geldautomaat;
- Voorlichting en training over het gebruik van nieuwe diensten;
- Oplossingen die de bereikbaarheid en beschikbaarheid van diensten verhogen, waaronder het onderbrengen van bankdiensten in winkels, het buurtbalieconcept en initiatieven als de bankbus en een geldbezorgservice.

Een deel van de oplossingen is reeds ten uitvoer gebracht, een ander deel werd ten tijde van dit schrijven door middel van proefprojecten getest en er zijn conceptoplossingen die vooralsnog alleen op papier zijn uitgedacht.

Er kan worden geconcludeerd dat de beschreven oplossingen voordelen voor de gevonden ouderensegmenten bieden, maar dat er tevens nadelen bestaan: het fine-tunen ontbreekt. De oplossingen kunnen de onzekerheid en angst van ouderen wegnemen, maar niet iedere oudere ervaart dit zo. Dit uit zich voor een groot gedeelte in de manier waarop banken de oplossingen uitvoeren en naar ouderen communiceren. In de communicatie van financiële producten en diensten leggen banken de nadruk vooral op ‘gemak’ en dat sluit bij sommige ouderen niet aan op hun behoefte aan functionele en feitelijke informatie.

§ 5.2 Evaluatie van het onderzoek en het onderzoeksproces

Het belangrijkste resultaat van het onderzoek is dat ouderen geen homogene groep zijn in hun houding en gedrag ten aanzien van het betalingsverkeer. Op basis van hun motieven om wel of geen gebruik van de geldautomaat te maken kan een kwantificeerbare segmentatie worden aangebracht. Vervolgens is aangegeven welke oplossingen voor de toegankelijkheidsproblematiek aan welke segmenten gerelateerd kunnen worden en hoe deze oplossingen voor de segmenten kunnen worden aangescherpt.

In de enquête is geen aandacht besteed aan de mening van ouderen omtrent de oplossingen die door banken zijn aangedragen. Deze informatie had eventueel nog meer inzicht kunnen geven in de houding van ouderen ten aanzien van het betalingsverkeer.

Generalisatie van de onderzoeksresultaten

De steekproef voor de enquête is getrokken uit een adressenbestand, bestaande uit de leden van de drie ouderenbonden van de stad Groningen. Uit de onderzoeksresultaten is gebleken dat de (demografische) diversiteit onder deze leden groot genoeg is om te mogen aannemen dat de steekproef representatief was voor alle ouderen in de stad. Daarnaast is het beleid van banken overal gelijk in Nederland en treden wat dat betreft weinig lokale verschillen op die de representativiteit van het onderzoek zouden kunnen beïnvloeden.

Hoewel de enquête de, in Groningen, ervaren situatie weergeeft, kunnen de resultaten gegeneraliseerd worden voor soortgelijke steden in Nederland. Met soortgelijk wordt bedoeld dat de steden een ruime vertegenwoordiging van vestigingen en geldautomaten van de grootste Nederlandse retailbanken hebben en dat het aantal ouderen representatief is aan het landelijk gemiddelde, aangezien het percentage ouderen in de stad Groningen niet veel van dit landelijk gemiddelde afwijkt.

§ 5.3 Aanbevelingen aan banken en het SOOG

Aanbevelingen aan banken

1. Banken moeten meer verschillende ouderensegmenten onderscheiden op basis van de specifieke karakteristieken en behoeftes van ouderen omtrent de dienstverlening van banken.
2. De financiële producten en diensten die banken aanbieden, maar ook de oplossingen om de toegankelijkheid van het betalingsverkeer te waarborgen of verbeteren, dienen vanuit de behoeftes van de ouderensegmenten te worden geïmplementeerd. De oplossingen kunnen hierdoor worden aangescherpt.
3. De communicatie en marketing van financiële diensten met betrekking tot het betalingsverkeer moet meer worden afgestemd op verschillende ouderensegmenten en hun karakteristieken en behoeftes. Daartoe moet worden onderzocht hoe ouderensegmenten kunnen worden bereikt en benaderd en hoe ze willen worden aangesproken. Er dient rekening te worden gehouden met de volgende zaken:
 - Ten eerste moet de bankmedewerker als communicatiemiddel een sleutelrol blijven spelen voor ouderen. De mens, en daarmee de balie, moet daarom weer centraal worden gesteld in de bedieningsconcepten van de bank. Baliemedewerkers moeten worden getraind op de herkenning van verschillende typen ouderen en hen meer persoonlijke aandacht schenken.
 - Ten tweede moet de bank bestaande oplossingen en alternatieven actief, maar vooral functioneel naar de ouderen communiceren, in plaats van hen naar de geldautomaat door te verwijzen. Met functioneel communiceren wordt bedoeld dat:
 - ouderen verlangen naar feitelijke informatie omtrent aangeboden oplossingen in plaats van overtuigd te worden van het gemak en snelheid van innovatieve financiële diensten;
 - dat ouderen als een serieuze klant worden behandeld, zonder het stempel ‘oudere’ opgedrukt te krijgen.

Aanbevelingen aan het SOOG

1. Het SOOG kan dit rapport onder de aandacht van banken en de gemeentelijke overheid brengen en als één van de uitgangspunten gebruiken om de dialoog met hen te voeren.
2. Het SOOG kan dit rapport onder de aandacht van de landelijke ouderenbonden ANBO, PCOB en Unie KBO brengen, met als doel dat deze bonden de uitkomsten van het rapport inbrengen in het Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer, waarin ook de Nederlandse Vereniging van Banken en het Ministerie van Financiën zijn vertegenwoordigd.

§ 5.4 Suggesties voor verder onderzoek

- Wanneer de aanbevelingen zijn geïmplementeerd kan een evaluatieonderzoek worden uitgevoerd, om te bezien in hoeverre de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor ouderen is toegenomen.
- Er kan worden onderzocht wat ouderen onder veiligheidsbeleving verstaan. Dit hoeft niet specifiek een taak van de bank te zijn, maar kan bijvoorbeeld in samenwerking met ouderenbonden en de overheid worden uitgevoerd.
- De communicatie van banken is louter marketinggericht. Onderzocht kan worden wat alternatieve manieren zijn om met ouderen te communiceren, bijvoorbeeld door middel van meer intensieve samenwerking met ouderenbonden en andere belangengroepen.
- Aangezien is aangegeven dat er naast toegankelijkheid nog andere kwaliteitsdimensies van belang worden geacht voor een goede dienstverlening, zouden banken specifiek onder ouderen kunnen gaan onderzoeken wat zij onder kwaliteit van dienstverlening verstaan.
- De enquête die is gehouden, is afgenomen onder ouderen in de stad Groningen. Daarmee is een stedelijke situatie onderzocht en is het platteland en haar specifieke problematiek met betrekking tot de dienstverlening van banken buiten beschouwing gebleven. Een suggestie is om in de toekomst soortgelijk onderzoek, onder ouderen in dorpen op het platteland uit te voeren.

Geraadpleegde literatuur

Artikelen en boeken

- Avkiran, N. K. (1994) 'Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12, No.6, pp. 10-18.
- Avkiran, N. K. (1999) 'Quality customer service demands human contact', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 2, pp. 61-71.
- Combs, H.W. and Bourne S.G. (1995) 'Symposium: Quality in business. Preparing retail banking for a competitive environment', *Review of Business*, Fall.
- Grönroos, Ch. (1990) *Service Management and Marketing – Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Massachusetts, Toronto, Lexington Books, p. 42-43.
- Harrison, T.S. (1994) 'Mapping Customer Segments for Personal Financial Services', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12, Issue 8, p. 17.
- Harrison, T.S. (2000) *Financial Services Marketing*, Pearson Education, Harlow England.
- Krueger, R. (1994) *Focus Groups, A Practical Guide for Applied Research*, 2nd edition, London, Sage.
- Lunsford, D.A. en Burnett, M.S. (1992) 'Marketing product innovations to the elderly: understanding the barriers of adoption', *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 9, Issue 4 (Fall), p. 53.
- Malhotra, N.K. (1999) *Marketing Research, an Applied Orientation*, Prentice Hall, Upper Saddle River N.J.
- Mount, M.K. and Barrick, M.R. (1995) 'The Big Five Dimensions: implications for research and practice in human resource management', *Research in Personnel and Human Resources Management*, Vol. 13, pp. 153-200.
- Parasuraman, A. et al. (1985) 'A conceptual model of service quality and its implications for future research', *Journal of Marketing*, Vol. 49, Iss. 4, September, p. 41.
- Parasuraman, A. et al. (1998) 'Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality', *Journal of Retailing*, Vol. 64, Issue 1, Spring, pp.12-40.
- Prendergast, G. and Marr N. (1994) 'Towards a branchless banking society?', *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 22, No.2, pp.18-26.
- Prendergast, G. and Marr, N. (1994) 'The future of self-service technologies in retail banking', *The Service Industries Journal*, Vol.14, No. 1, January, pp. 94-114.
- Rogers, E.M. (1995) *Diffusion of Innovations*, 4th Edition, New York, The Free Press.
- Rogers, W.A., and Fisk, A.D. (1997) 'ATM design and training issues', *Ergonomics in Design*, Issue 5, pp. 4-9.
- Rogers, W.A., et al. (1997) 'An analysis of automatic teller machine usage by older adults: A structured interview approach', *Applied Ergonomics*, Issue 28, pp. 173-180.
- Rogers, W.A. et al. (1996) 'Training older adults to use automatic teller machines', *Human Factors*, Issue 38, pp. 425-433.
- Rogers, W.A. et al. (1996) 'A survey of automatic teller machine usage across the adult life-span', *Human Factors*, Issue 38, pp. 156-166.
- Saunders, M. et al. (2000) *Research Methods for Business Students*, 2nd edition, Harlow England, Pearson Education Limited, pp. 285 – 287.
- Sikkel, et al. (2002) 'Marketeers negeren senior met angst', *Tijdschrift voor Marketing*, Vol. 36, Issue 10, pp.10-17.
- Smither, J. en Braun C.C. (1994) 'Technology and older adults: factors affecting the adoption of Automated Teller Machines', *The Journal of General Psychology*, Vol. 121, Issue 4, pp. 381-389.

- Vriens, M. en Oppewal, H. (2000) 'Measuring perceived service quality using integrated conjoint experiments', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, Issue 4, pp.154-169.
- Zeithaml, V.A. en Gilly, M.C. (1985) 'The elderly consumer and adoption of technologies', *Journal of Consumer Research*, Vol. 12, December, pp. 353-357.

Overige literatuur

- ANBO, PCOB, Unie KBO, FNV en Federatie Slechtzienden- en Blindenbelang, *Onderzoeksrapport: 'De balie geld(t) niet meer.....?', resultaten van de meldactie banken*, 26 februari 2002.
- Consumentenbond (afdeling onderzoek), *rapport 'Weggaan of blijven?'*, projectcode POE01003, februari 2002.
- Consumentgids, '*Meer kosten, minder service, Banken verhogen tarieven*', januari 2002, pp. 30-32.
- Het Financieele Dagblad, '*Concurrentie in de klem*', 03 april 2002.
- Het Friesch Dagblad, '*Ouderenstichting redt Rabobank Oudega*', 25 oktober 2002.
- '*Proef met geld- een postloket*', 30 oktober 2002.
- De Nederlandsche Bank: jaarverslagen 2000 en 2001.
- De Nederlandsche Bank: *Tariefstructuren en infrastructuur in het Nederlandse massale betalingsverkeer*, maart 2002.
- Nederlandse Vereniging van Banken: *Toegankelijkheid en bereikbaarheid van bankdiensten*, 1 mei 2002.
- Landelijke Organisatie Cliëntenraden en Arcares, *Onderzoeksrapport 'Verdwijnen bankdiensten uit verpleeg- en verzorgingstehuizen'*, 14 maart 2002.
- Sociaal en Cultureel Planbureau, *De digitalisering van de leefwereld: een onderzoek naar informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid*, mei 2000, pp. 95-104.
- Tweede Kamerstukken:
Antwoord op kamervragen Ravestein over sluiting van postagentschappen, FM 2002-051, 24 januari 2002.
- Kamervragen Wijn en Mosterd over serviceniveau van banken, FM01-1473, 27 augustus 2001.
- Kamervragen Ravestein over postvestigingen, VW 01-76, 17 december 2001.
- Tweede Kamer, *Nota Betalingsverkeer, de markt voor girale betaalmiddelen*, 27 863, nr. 1., vergaderjaar 2000-2001.
- Volkskrant, '*Postbank opent geldpunten*', 07 november 2002.

Internet

- <URL:<http://www.interpay.nl>>
- <URL:<http://www.nvb.nl>>
- <URL:<http://www.dnb.nl>>
- <URL:<http://www.minfin.nl>>
- <URL:<http://www.abnamro.nl/internetbankieren>>
- <URL:<http://www.snsbank.nl/index.asp?NavigationID=232>>

Bijlage 1: interviewschema focusgroups

Onderwerpen voor semi-gestructureerde focusgroup interviews met ouderen

Dit is het interviewschema dat door de onderzoeker is gebruikt. Soms staan naast de vragen ook antwoordopties aangegeven. Deze zijn niet aan de deelnemers voorgelegd, maar als richtsnoer en geheugensteun gebruikt.

Datum: 14 en 18 juni 2002

Van 10.00 – 11.30 uur

Lokatie: kantoor SOOG, Siersteenlaan 424 te Groningen

Inleiding

- Ontstaan onderzoek (aandacht in media en organisaties, SOOG heeft Wetenschapswinkel gevraagd)
- Inhoud onderzoek (onderzoek naar toegankelijkheid betalingsverkeer, vanuit een wetenschappelijke (marketing) benadering)
- Doel bijeenkomst
 - inzicht in problemen te krijgen
 - wat leeft er bij de doelgroep?
 - input genereren voor een nader te houden enquête

Uitleg en Regels

- Vertrouwelijkheid
 - namen zijn verder anoniem
 - geen sociaal wenselijke antwoorden geven, maar eigen mening en gedachten
- Gespreksleider
 - stelt de onderwerpen aan de orde
 - leidt de discussie
 - houdt de discussie neutraal
- Met elkaar *in discussie* gaan helpt om ideeën boven tafel te krijgen, dus wordt zeker bevorderd. Op elkaars standpunten ingaan mag en wordt zelfs aangemoedigd. Elkaar aanvullen uiteraard ook.

Openingsvraag

1. Elkaar voorstellen
 - naam, leeftijd, bank, beroep/ hobby o.i.d.

Introductievragen: problemen bij betalingsverkeer

2. Hoe zou u uw bank in 1 regel of woord willen omschrijven?
3. Kunt u uw relatie met uw bank omschrijven in termen van vriendschappelijk, afstandelijk, betrokken, behulpzaam.
4. Kunt u aangeven welke problemen u denkt die ouderen ondervinden wanneer ze naar de bank gaan? (minimumbedragen, pinbeleid, sluiting kantoor balie, etc. etc.)
5. Hoe ervaart u de dienstverlening bij uw bank? Welke problemen treden er op?
 - a. Waren die problemen eerst niet aanwezig? Hoe zijn die problemen ontstaan?
 - b. Wie van u kan over een positieve ervaring bij de bank vertellen?
6. Wat is volgens u de oorzaak dat sommige groepen mensen aangeven dat ze problemen met hun bank hebben? efficiëntie, winstgevendheid?

7. De bankbalie heeft een andere functie gekregen. Het is u ongetwijfeld ook opgevallen dat wanneer je het huidige bankgebouw binnengaat, er slechts 1 centrale receptie is of 1 persoon zit en de traditionele balie is verdwenen. Banken willen het liefst dat u alleen nog bij de balie komt voor zaken als verzekeringen, een pas afhalen, beleggingsproducten etc. Geldopnames moeten via de automaat. Wat vindt u van dit nieuwe concept?
8. Wat is uw grootste ergernis bij de bank?
9. Hoe bent u/ wordt u op de hoogte gesteld van de verschillende veranderingen bij de bank?
 - Andere openingstijden
 - Geen geldopname aan de balie meer
 - Cursus hoe u moet pinnen
 - Anders?

Baliepersoneel

10. Wat is uw ervaring met het (huidige) baliepersoneel uw de bank?
 - Is de dienstverlening van het personeel veranderd ten opzichte van een aantal jaren terug?
 - Wordt er hulp geboden als u ergens zelf niet uitkomt?
 - Wordt er naar u en uw klachten geluisterd?
 - Hoe wordt u behandeld (wordt de tijd genomen, afstandelijk, vriendelijk)?
 - Verplaatst het baliepersoneel zich in uw situatie?
 - Klantrelatie?
 - Welke veranderingen zouden er kunnen worden gemaakt door de balie medewerkers?

Pinnen

11. Met het verdwijnen van de balie zijn er nieuwe diensten geïntroduceerd, zoals pinnen, chippen, bankieren via Internet of via de telefoon. Welke van deze diensten gebruikt u zelf regelmatig of vaak?
 - a. Pinnen wordt omschreven als zeer efficiënt doordat je 24 uur per dag, 7 dagen in de week geld kunt opnemen. Hoe ervaart u pinnen? En pinnen in de winkel?
 - b. Wat zijn denkt u de grootste bezwaren om niet te pinnen?
 - onveilig
 - moeilijk
 - missen persoonlijk contact
 - principiële bezwaren
12. Wat denkt u dat de grootste barrières voor ouderen zijn om te gaan pinnen?
13. Is het binnen uw bank mogelijk om training/ voorlichting o.i.d. op het gebied van pinnen te volgen?

Oplossingen

14. De banken, NVB en de minister van Financiën houden zich ook erg bezig met dit onderwerp. Er zijn inmiddels al diverse oplossingen aangedragen en er wordt over andere oplossingen nagedacht.
 - Wie van u kan een aantal van deze oplossingen noemen? (baliepas SNS, geldbezorging Rabo, bankbus Rabo, anders?)
 - Welke banken bieden dat aan en hoe bent u daarvan op de hoogte gesteld?
 - Wie maakt er gebruik van deze oplossingen?
 - Voor wie zijn deze oplossingen bedoeld denkt u? (zelfstandige oudere, zorginstellingen, niet mobiele oudere, gehandicapten?)
 - Wie van u zou er op basis van deze antwoorden zelf voor in aanmerking komen?
 - Waarom voelt u zich wel of niet aangetrokken tot deze oplossingen?

15. Wat zou u een goede oplossing van banken vinden voor het probleem van de toegankelijkheid tot het betalingsverkeer?

Eigenschappen ouderen/ segmentatie

16. Wat denkt u welke eigenschappen van ouderen ervoor zorgen dat zij meer moeite hebben met vernieuwingen en veranderingen? (zuiniger, leeftijd, trager van begrip, technische kennis, opleiding, afhankelijker, onveiligheidsgevoel, onzekerheid)
- Geldt dat voor iedere oudere?
 - wie van u voelt zichzelf nog jong en is geïnteresseerd in nieuwe dingen, ziet daar een uitdaging in?
 - Welke typen ouderen zijn er dan te onderscheiden? (alleenstaand, zelfstandig, mobiel, hulpbehoevend, actief, etc.)
 - Maken banken genoeg onderscheid tussen de verschillende typen ouderen en hun individuele problemen?
 - Hoe zou een bank dat kunnen doen?

Afsluiting

- Samenvatting van wat besproken is
- Uitleg wat met dit gesprek wordt gedaan (uitgewerkt en als input voor vragen in enquête gebruikt)

Bedanken voor de medewerking

Bijlage 2: de enquête

Vragenlijst

Over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer voor ouderen

Leest u a.u.b. eerst de onderstaande toelichting en instructie voordat u verder gaat.

Voor u ligt een vragenlijst over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen. Zie ook het artikel in uw afdelingsblad dat u heeft ontvangen. Het Stedelijk Overleg Ouderenbonden Groningen (SOOG) heeft de Faculteit Economie van de Rijksuniversiteit Groningen gevraagd een onderzoek naar deze toegankelijkheid te verrichten. Een student van de Faculteit Bedrijfskunde voert dit onderzoek uit.

Indien deze vragenlijst op een adres met meerdere bewoners terecht komt, dan is het vriendelijke verzoek dat de persoon die *doorgaans* geld opneemt deze vragenlijst beantwoordt. Bent u alleenstaand, dan vult u de vragenlijst gewoon zelf in.

Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 10 tot 15 minuten. Het is voor het onderzoek van belang dat u **alle** vragen in de vragenlijst invult. Het gaat om uw persoonlijke mening, dus het is de bedoeling dat u deze lijst alléén invult. Er zijn geen foute antwoorden of slechte antwoorden, het antwoord dat het eerste bij u opkomt is vaak het beste.

LET OP: Wilt u de vragenlijst via de bijgevoegde envelop liefst binnen een week na ontvangst terugsturen? De vragenlijst moet uiterlijk vóór 31 juli binnen zijn. U hoeft GEEN postzegel te plakken.

Onder de inzenders wordt een dinerbon verlost!

Wilt u kans op een dinerbon maken, vul dan uw telefoonnummer in: 050 -.....
(dit telefoonnummer wordt niet voor andere doeleinden gebruikt).

Voor vragen en/ of informatie over deze vragenlijst kunt u bellen met Rinze Anne van der Sluis, uitvoerend student van het onderzoek.
Telefoon: 050-3637097

Faculteit Economie/ Wetenschapswinkel
WSN 221, Antwoordnummer 172
9700 VB GRONINGEN

I. Meerkeuzevragen

Hieronder staan 11 meerkeuzevragen die betrekking hebben op u en op het betalingsverkeer. U kunt dit gedeelte invullen door het hokje van uw keuze blauw of zwart te maken. Wij willen u er op wijzen dat uw antwoorden en gegevens strikt vertrouwelijk blijven en alleen kunnen worden ingezien door de onderzoekers.

1. Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

- ☐ 50 jaar of jonger
- ☐ 51 - 60 jaar
- ☐ 61 - 70 jaar
- ☐ 71 - 80 jaar
- ☐ 81 - 90 jaar
- ☐ 91 jaar of ouder

3. Wat is de hoogste opleiding die u heeft voltooid?

- ☐ Basisonderwijs/ lagere school
- ☐ MAVO/ MULO
- ☐ VWO/ HBS/ MMS/ Gymnasium
- ☐ Lager Beroepsonderwijs (LBO)
- ☐ Middelbaar Beroepsonderwijs (MBO)
- ☐ Hoger Beroepsonderwijs (HBO)
- ☐ Wetenschappelijk Onderwijs (WO)

4. Wat is uw woonsituatie?

- ☐ Ik woon zelfstandig in een koop- of huurwoning
- ☐ Ik woon in een verzorgings- of verpleegtehuis

5. Bent u op dit moment nog actief in het arbeidsproces?

- ☐ Ja, ik heb een betaalde functie/ baan
- ☐ Ja, ik heb een onbetaalde functie/ baan (vrijwilliger)
- ☐ Nee, ik ben met pensioen/ VUT

6. Waar haalt u gebruikelijk uw geld?

(Slechts één hokje aanvinken a.u.b.)

- ☐ Uit een geldautomaat
- ☐ Aan de balie bij een bank
- ☐ Ik neem extra geld op bij een supermarkt of andere winkel
- ☐ Ik haal nooit zelf geld (Ga door met vraag 10)

7. Maakt u wel eens gebruik van een geldautomaat?

- ☐ Ja (*Ga door met vraag 8*)
- ☐ Nee (*Ga door met vraag 10*)

8. De belangrijkste redenen waarom ik een geldautomaat gebruik zijn:

(u mag maximaal DRIE hokjes aanvinken)

- ☐ Pinnen kost weinig moeite
- ☐ De geldautomaat is dichtbij
- ☐ Pinnen kost weinig tijd
- ☐ Ik vind het prettig om geen persoonlijk contact aan te hoeven gaan
- ☐ Geldautomaten zijn op veel locaties aanwezig
- ☐ Ik kan op elk moment geld halen
- ☐ Anders, nl.

9. Als ik gebruik maak van een geldautomaat dan doe ik dat:

- ☐ Zelfstandig en zonder problemen
- ☐ Zelfstandig, maar niet zonder problemen
- ☐ Met behulp van iemand anders (bijvoorbeeld kinderen of verzorger)

Sla vraag 10 over en ga door met vraag 11.

10. De belangrijkste redenen waarom ik GEEN geldautomaat gebruik zijn:

(u mag maximaal DRIE hokjes aanvinken)

- ☐ Ik vind het moeilijk/ voel me onzeker
- ☐ Ik heb behoefte aan sociaal contact/ vind pinnen onpersoonlijk
- ☐ Ik heb geen behoefte om (te leren) gebruik te maken van deze mogelijkheid
- ☐ Ik voel me onveilig
- ☐ Ik heb dan geen privacy
- ☐ Ik heb een handicap waardoor ik niet kan pinnen
- ☐ Anders, nl.

11. Kunt u onderstaand rijtje rangschikken in orde van belangrijkheid (van 1 t/m 6), waarbij u 1 het meest belangrijk vindt, en 6 het minst belangrijk wanneer het gaat om een goede dienstverlening van banken? (*Vul de cijfers in op de stippellijn*)

- Het luisteren naar en afhandelen van klachten door het baliepersoneel
- Vriendelijkheid en beleefdheid van het baliepersoneel
- Het nooit buiten gebruik zijn van geldautomaten
- Het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften
- Het baliepersoneel maakt (bijna) nooit fouten bij geldtransacties
- Een hoge rente op de spaarrekening, ten opzichte van het marktgemiddelde

II. Stellingen

De volgende 10 stellingen gaan over u en uw mening ten aanzien van de dienstverlening van banken. U kunt dit gedeelte invullen door bij elke stelling telkens één cijfer te omcirkelen dat het beste bij uw keuze past. De cijfers hebben de volgende betekenis:

Geheel niet mee eens	Grotendeels niet mee eens	Neutraal	Grotendeels mee eens	Geheel mee eens
1	2	3	4	5

- | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1) Ik krijg voldoende persoonlijke aandacht bij de bank/ balie | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) Ik ben nog prima in staat om zelfstandig een bank of winkel te bezoeken | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3) Er zou binnen de bank een speciale balie moeten worden ingericht waar hulpbehoevende mensen terecht kunnen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) Over het algemeen ben ik tevreden met mijn bank | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) Door pinnen en Internetbankieren is de dienstverlening van banken verbeterd | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6) Ik vind het een uitdaging om nieuwe diensten als bijvoorbeeld pinnen, chippen of Internetbankieren uit te proberen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7) Vroeger kende de bankmedewerker mij nog, tegenwoordig niet meer | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8) Doordat er veel geldautomaten zijn geplaatst is de toegankelijkheid van het betalingsverkeer toegenomen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9) Door het (pin)beleid van banken ben ik niet meer baas over mijn eigen geld | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10) Ik kan goed met technische apparaten, zoals een computer omgaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

III. Persoonlijke eigenschappen

Voor het onderzoek zijn we geïnteresseerd in wat enkele persoonlijke eigenschappen van ouderen zijn. Persoonlijke eigenschappen zijn voor iedereen verschillend en kunnen helpen om diverse typen ouderen te onderscheiden.

We vragen u in welke mate onderstaande stellingen op u van toepassing zijn. U kunt dit gedeelte invullen door bij elke stelling telkens één cijfer te omcirkelen dat het beste bij uw keuze past. De cijfers hebben de volgende betekenis:

Helemaal niet van toepassing	Weinig van toepassing	Matig van toepassing	Grotendeels van toepassing	Helemaal van toepassing
1	2	3	4	5

In welke mate zijn onderstaande stellingen op u van toepassing?

1) Neemt tijd voor een praatje	1	2	3	4	5
2) Praat zichzelf problemen aan	1	2	3	4	5
3) Wacht af wat anderen doen	1	2	3	4	5
4) Brengt de stemming erin	1	2	3	4	5
5) Vreest meteen het ergste	1	2	3	4	5
6) Reageert snel	1	2	3	4	5
7) Houdt zich op de achtergrond	1	2	3	4	5
8) Houdt het hoofd koel	1	2	3	4	5
9) Gaat uitdagingen aan	1	2	3	4	5
10) Babbelt graag	1	2	3	4	5
11) Ziet de toekomst donker in	1	2	3	4	5
12) Sluit zich bij de meerderheid aan	1	2	3	4	5
13) Knoopt gesprekken aan	1	2	3	4	5
14) Staat stevig in zijn/ haar schoenen	1	2	3	4	5
15) Is gemakkelijk voor de gek te houden	1	2	3	4	5
16) Beweegt zich gemakkelijk in gezelschap	1	2	3	4	5
17) Raakt gemakkelijk in paniek	1	2	3	4	5
18) Begrijpt dingen snel	1	2	3	4	5
19) Is liefst alleen	1	2	3	4	5
20) Raakt gemakkelijk geïrriteerd	1	2	3	4	5
21) Laat beslissingen aan anderen over	1	2	3	4	5

Bijlage 3: statistische berekeningen

Deze bijlage bestaat uit verschillende statistische berekeningen om verbanden en significanties in de onderzoeksresultaten aan te tonen. Dit is belangrijk omdat significanties aantonen dat de gevonden onderzoeksresultaten niet op toeval berusten, maar oorzakelijk verband met elkaar hebben. De onderzoeksresultaten worden in deze bijlage dus statistisch onderbouwd.

3.1 Statistische berekeningen voor de stellingen van deel II van de enquête

Tabel 3.1: *Het gemiddelde en de standaarddeviatie voor elke stelling*

Stellingen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gemiddelde	3.97	4.49	4.24	4.12	2.97	2.63	3.81	3.48	2.45	2.13
Standaarddeviatie	1.1	1.1	1.1	1.0	1.3	1.4	1.4	1.2	1.4	1.3

Tabel 3.1 laat de gemiddelde score per stelling zien en de bijbehorende standaarddeviatie. De standaarddeviatie ligt voor alle stellingen tussen de 1 en de 1.4. Deze afwijking van het gemiddelde is redelijk hoog, aangezien er slechts tussen de 1 en 5 gescoord kon worden en geeft daarmee dat de reacties van de respondenten op de stellingen niet allemaal hetzelfde zijn.

Voorafgaand aan de enquête waren veronderstellingen gemaakt dat er een verband tussen stellingen bestaat die dezelfde variabele meten. In de toelichting op de enquêtevragen (paragraaf 3.2.2) staan deze veronderstellingen toegelicht. Er zijn correlatie-analyses op de stellingen uitgevoerd om aan te tonen of er inderdaad significante¹⁷ verbanden bestaan.

¹⁷ Significant wil zeggen dat het zeer onwaarschijnlijk is dat er geen verband tussen twee stellingen wordt gevonden. Onwaarschijnlijkheid wordt gebruikelijk op twee afwijkingsniveaus weergegeven: het 0.05 en 0.01 significantieniveau. Bij het laatste niveau is de kans dat er geen verband is kleiner dan 1%.

Tabel bijlage 3.2: *Correlaties tussen stelling 5, 6, 8, 9 en 10*

	Stellingen	5	6	8	9	10
stellingen	Spearman's correlatiecoëfficiënt	Dienstverlening is verbeterd door pin	Nieuwe diensten zijn uitdaging	Toegankelijkheid toegenomen door gea	Geen baas meer over eigen geld	Computerkennis
5	Dienstverlening is verbeterd door pin	1	0.591**	0.460**	-0.212**	0.272**
6	Nieuwe diensten zijn uitdaging	0.591**	1	0.417**	-0.138*	0.424**
8	Toegankelijkheid toegenomen door gea	0.460**	0.417**	1	-0.184**	0.212**
9	Geen baas meer over eigen geld	-0.212**	-0.138*	-0.184**	1	-0.076
10	Computerkennis	0.272**	0.424**	0.212**	-0.076	1

* Correlatie is significant op 0.05 niveau

** Correlatie is significant op 0.01 niveau

Als voorbeeld is het veronderstelde verband tussen de stellingen 5, 6, 8, 9 en 10 hierboven uitgewerkt. Deze vijf stellingen meten allen een bepaalde houding ten aanzien van het gebruik van nieuwe technologie en veel respondenten waren het met deze stellingen oneens. Tabel 3.2 laat de correlaties tussen de stellingen zien.

Zoals de correlatiecoëfficiënten¹⁸ in de tabel laten zien zijn er veel relatief sterke en significante verbanden tussen de stellingen aan te wijzen. Uiteraard kunnen deze verbanden zowel positief (beide stellingen scoren een 4 of 5), negatief (beide stellingen scoren een 1 of 2) of neutraal (beide stellingen gemiddeld een rond de 3) zijn.

Kruistabellen kunnen deze verbanden nader onderzoeken. In tabel 3.3 staat één van de kruistabellen waarin twee stellingen aan elkaar zijn gerelateerd, in dit voorbeeld stelling 5 en 6.

¹⁸ Een correlatie wordt uitgedrukt in een correlatiecoëfficiënt en is een getal tussen -1 en 1. Hoe dichter het correlatiecoëfficiënt bij één van deze uiteinden zit, des te sterker is het verband tussen de twee variabelen. Scoren twee stellingen allebei erg hoog, dan is er een sterk positief verband. Wanneer een stelling erg hoog scoort en de andere juist erg laag dan is er een negatief verband.

Tabel bijlage 3.3: *Nadere uitdieping van de correlatie tussen twee stellingen door middel van kruistabel*

		<i>Dienstverlening is verbeterd door pinnen (stelling 5)</i>					
<i>Nieuwe diensten zijn uitdaging (stelling 6)</i>		Geheel niet mee eens	Grotendeels niet mee eens	neutraal	Grotendeels mee eens	Geheel mee eens	
	Geheel niet mee eens	36	15	22	2	2	
	Grotendeels niet mee eens	5	10	13	5	3	
	Neutraal	3	7	48	13	13	
	Grotendeels mee eens		5	8	10	5	
	Geheel mee eens	2	2	2	7	21	

De cijfers in de tabel geven aan hoe vaak elk mogelijke antwoordcombinatie door de respondenten is genoemd. Er waren bijvoorbeeld 21 respondenten die het zowel met stelling 5 als stelling 6 geheel mee eens waren (zie vetgemaakte cijfer rechts onderin). De cirkels laten zien dat de gevonden correlatie uit drie clusters bestaat: een groep linksboven die het met beide stellingen (geheel) niet eens is, een middengroep met een neutrale mening en een groep rechtsonder die het met beide stellingen (geheel) eens is. Dit zijn dus drie verschillende houdingen ten aanzien van het betalingsverkeer.

Zoals hierboven het verband tussen stelling 5, 6, 8, 9 en 10 is toegelicht was er in paragraaf 3.2.2 tevens een verband verondersteld tussen stelling 1 en 3, beide dimensies die het sociale karakter/ de sociale behoefte van respondenten meetbaar willen maken. Met sociaal karakter wordt bedoeld of de respondent extravert of juist introvert is en of er aandacht voor de medemens is. Deze veronderstelling is niet bevestigd in dit onderzoek.

Tussen stelling 2 en 8 (mobiliteits-/ fysieke dimensie) is, zoals ook was verondersteld, wel een verband gevonden. Er is een significant correlatiecoëfficiënt van 0,21 op een significantieniveau van 0.01. Tussen stelling 3 en 7 is een kleine correlatie van 0,15 op een significantieniveau 0.05. Dit betekent dat er verbanden tussen de stellingen bestaan en dat verwacht wordt dat wanneer de ene stelling hoog scoort, de andere dat ook doet.

Bijlage 3.2 Significantie voor de verschillen in rangschikking van de attributen voor het beoordelen van de kwaliteit van dienstverlening door pinner en niet-pinner

De zes attributen uit vraag 11 van de enquête zijn in paragraaf 3.3.2 voor de pinner en niet-pinner onderzocht op significante verschillen in antwoorden.

Er is daarbij een aanname gemaakt dat de attributen op een intervalschaal mogen worden gemeten en de t_{II} -toets dus mag worden toegepast. Aan de andere voorwaarden om een t_{II} -toets te mogen uitvoeren (een a-selecte steekproef en de twee steekproeven zijn onafhankelijk van elkaar) is eveneens voldaan. Het significantieniveau is bepaald op 0,01, wat inhoudt dat er een kans van minder dan 1% is dat de gevonden verschillen niet significant zijn en dus op toeval berusten.

Tabel bijlage 3.4: *Significanties voor verschillen in attributen tussen pinner en niet-pinner*

Attributen vraag 11	Significanties (2-tail.)
1. Het luisteren en afhandelen van klachten door baliepersoneel	.996
2. Vriendelijkheid en beleefdheid personeel	.000
3. Het nooit buiten gebruik zijn van geldautomaten	.000
4. Het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften	.099
5. Het baliepersoneel maakt (bijna) nooit fouten bij geldtransacties	.001
6. Een hoge rente op de spaarrekening, ten opzichte van het marktgemiddelde	.660

‘Vriendelijkheid en beleefdheid van het personeel’ (attribuut 2) verschilt significant voor pinner en niet-pinner: niet-pinner waarderen dit hoger dan pinner, evenals dat ‘het baliepersoneel nooit fouten maakt bij geldtransacties’ (attribuut 5). De pinner vinden ‘het nooit buiten gebruik zijn van geldautomaten’ en ‘het regelmatig ontvangen van rekeningafschriften’ significant belangrijker (attributen 3 en 4).

De mening over attributen 1 en 6 verschillen niet significant voor pinner en niet-pinner.

Bijlage 3.3 Significantie voor verschillen tussen pinner en niet-pinner op mening ten aanzien van dienstverlening van banken

In tabel 3.5 staan de gemiddelde scores voor de gehele steekproef en de pinner en niet-pinner. De scores van pinner en niet-pinner zijn eveneens getest op significante verschillen

door middel van een t-toets. De significanties staan in tabel 3.6. Alleen voor stelling 2 en 3 kunnen geen significante verschillen worden aangetoond: de scores voor beide groepen zijn hier bijna hetzelfde. Stelling 1, 4, 5, 6, 7, 9, en 10 zijn significant op 0.01 niveau, stelling 8 is significant op 0.05 niveau.

Tabel bijlage 3.5: *Scores op de stellingen voor de gehele groep, pinders en niet-pinders*

Stellingen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hele groep	3.97	4.49	4.24	4.12	2.97	2.63	3.81	3.48	2.45	2.13
Niet-pinders	4.32	4.56	4.33	4.28	2.68	2.29	3.51	3.27	3.04	1.73
Pinders	3.83	4.54	4.22	4.02	3.13	2.85	3.97	3.64	2.19	2.37

Tabel bijlage 3.6: *Significanties voor de verschillen tussen de reacties op de stellingen door pinders en niet-pinders*

Stelling	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Significanties (2-tailed) ¹⁹	.001	.882	.444	.060	.009	.002	.012	.025	.000	.000

Bijlage 3.4 Verschillen in persoonlijkheidskenmerken

In 3.3.1 werd al duidelijk dat het meten van de persoonlijkheidskenmerken van ouderen niet veel bijzondere informatie heeft opgeleverd. Er is gebleken dat de scores van ouderen niet buitensporig afwijkend zijn. In de verdere analyse zijn dan ook geen significante verschillen gevonden. Grootste verschil tussen pinders en niet-pinders is de score op de derde persoonlijkheidsdimensie ‘wel of niet openstaan voor ervaringen’, met een significantie van 0.105 (.210 gedeeld 2).

Tabel bijlage 3.7 : *Significanties voor verschillen tussen de reacties op persoonlijkheidskenmerken door pinders en niet-pinders*

Persoonlijkheidskenmerken	Introversie/ extraversie	Emotionele (in)stabiliteit	Wel of niet open- staan voor ervaringen
Significanties (2- tailed)	.912	.565	.210

¹⁹ Opmerking: wanneer er alleen wordt gemeten of er een verschil is, zijn de significanties 2-tailed. Dat wil zeggen dat de gevonden p-waarden (de significanties) door tweezijdige toetsing zijn gevonden. Omdat het probleem eenzijdig wordt getoetst moeten de gevonden p-waarden in de tabel dus nog door 2 worden gedeeld.

Publicaties²⁰

- EC 96 E. Beumers, *Beslissende (f)actoren voor hennepeteelt, onderzoek naar het achterwege blijven van hennepeteelt voor de papierindustrie in de Veenkoloniën*, 1997.
- EC 98-I K.J. Driessen, *Internationale uitbesteding door de KLM*, 1997.
- EC 98-II A.M.S. den Ouden, H.B.G. Gelling, *Economische betekenis van een groeiend Schiphol voor bedrijven*, 1997.
- EC 99 M.B.W. Hazewinkel, R.T. Postma, *Financiering monumentenzorg, onderhoud versus restauratie*, 1997.
- EC 100 R. Enting, *Subsidieverdeling voor het stads- en streekvervoer: doelstellingsbewust?*, 1997.
- EC 101 R. Schultink, *Lokale Agenda 21, beleid en indicatoren voor duurzaamheid*, 1997.
- EC 102 drs. F.J. Sijtsma, drs. D. Strijker, M.L.A.W. Hoefsloot, *Duurzame ontwikkeling in het Waddengebied, een methode voor het afwegen van economie, natuur, milieu en landschap*, 1998.
- EC 103 drs. M.J.H. van Onna, *Kwaliteitsmeting in de economische wetenschap, een goede econoom is meer dan een goede onderzoeker*, 1998.
- EC 104 A. Heine, M. Maatman, *Maatschappelijk verantwoord ondernemen, een analyse van de jaarverslagen van de 25 grootste Nederlandse ondernemingen*, 1998.
- EC 105 R. Hilgenga, *Kennisvergroting in het Roemeense midden- en kleinbedrijf, de rol van de ontwikkelingsprogramma's van de Europese Unie*, 1998.
- EC 105 ing. K. Bettels, drs. F.J. Sijtsma, *Het Emssperrwerk, een evaluatie op duurzaamheid van een waterkering in de Ems*, 1998.
- EC 107 J.W. Boven, *Markt voor natuurvoeding: een supermarkt, de toekomstige ontwikkeling van het netwerk van biologische voedingsmiddelen*, 1998.
- EC 108 J. Idema., *Stock Markets in Transition Economies, the case of the Tallinn stock exchange, Estonia*, 1998.
- EC 109 P.A.M. Lohle, *Arbeidspool, een (arbeidsmarkt)instrument om flexibiliteit en bestaande zekerheid te combineren*, 1999.
- EC 110 A.P. Postma, drs. F.J. Sijtsma, drs. T.M. Stelder en drs. D. Strijker, *De concurrentiekracht van Weststellingwerf, een economisch-ruimtelijk perspectief*, 1999.
- EC 111 R. de Veer, *Bank stability in transition economics, case study Estonia*, 1999.
- EC 112 R.J. Suhlman, m.m.v. drs. F.J. Sijtsma, *Financiering van monumentale kerken – Verkenning van de effecten van overheidsbeleid*, 1999.
- EC 113 H. Dijk, *Ware Woorden of Schone Schijn? – De betrouwbaarheid van uitspraken over Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen*, 1999.
- EC 114 W. Dijkstra, *Water zonder grenzen, internationalisering van de Nederlandse watersector*, 1999.
- EC 115 R.P. Brouwer en O.P. Smid, *Magnesiumproductie in de Eemsmond, vorming van clusters van bedrijvigheid rondom magnesiumproductie*, 1999.
- EC 116 A.P. Postma, *Ecologische voetafdruk, betekenis en bruikbaarheid*, 2000.
- EC 117 G. Ypma, *Een onderzoek naar streekgebonden producten in het Waddengebied*, 2001.
- EC 118 G. Molema en P. Olthof, *Vermarkting van dorplandschappen*, 2001.
- EC 119 D. de Jong, *Verstand van Zaken? - Over wetenschap, waarheid en verwaring*, 2001.

²⁰ Publicaties in de reeks Publicaties van de Wetenschapswinkel voor Economie hebben een EC nummer, krijgen een ISBN nummer en worden uitgebracht op klein formaat, gebonden. Publicaties uitgebracht in de werkdocumenten reeks hebben een WD nummer, krijgen geen ISBN nummer en worden uitgebracht op A4 formaat met een metalen ringband.

- EC 120 E. Bruning, S.Jansen, M. Kasper, drs. E. Kamphuis (red.), *Formule Trendbreuk voor EKO-verkoop: Trendy of Trend?*, 2001.
- EC 121 M. Broekhof, *Transparency in the pharmaceutical industry - a cost accounting approach to the prices of drugs*, 2002.
- EC 122 E. Kamphuis, *Organic Flower Bulbs from Holland, Outlook for the French Market*, 2002
- EC 123 B. Hilbrands, J. van Veen, drs. E. Kamphuis (red.), *Gastouder gezocht! Strategieën voor kleinschalige en flexibele kinderopvang*, 2002.
- EC 124 A.W. Brouwer, D. Dijkema, *Microfinance Dilemma: The Case of Bandung, Indonesia*, 2002.
- EC 125 D. Kuipers, *Bouwen aan duurzaamheid, een onderzoek onder Nederlandse gemeenten naar de invoering van de statiegeldregeling voor het stimuleren van duurzaam bouwen op vrije kavels*, 2002.
- EC 126 drs. F.J. Sijtsma, drs. P. Hogendoorn, drs. G. J. Hoogstra, drs. C.-J. Pen, prof. dr. P.H. Pellenbarg m.m.v. Sytse Duiverman, *Uitgifte van bedrijventerreinen op het Friese platteland*, 2002.
- EC 127 Rinze Anne van der Sluis, *Tussen Mens en Machine, Over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen*, 2002.

Werkdocumenten

- WD 2000-1 drs. Frans J. Sijtsma, Prof. dr. P.H. Pellenbarg en drs. K.G. Lugtenborg, *Naar een goed besluit over vier Friese musea*, 2000.
- WD 2000-2 drs. Elise Kamphuis (red.), *Komt EKO van de grond?, De verwerkingscapaciteit van biologische producten in Noord Nederland*, 2000.
- WD 2000-3 dr. D. Strijker, Prof. dr. D.-J.F. Kamann, drs. F.J. Sijtsma, *Bioraffinage in Noord-Nederland*, 2000.
- WD 2001-1 U. Futh, drs. F.J. Sijtsma, *Nieuwe kansen voor de Nijkans. Mogelijkheden voor kuuroord spin-off bij de ontwikkeling van het bedrijfsterrein de Nijkans in Nieuweschans*, 2001.
- WD 2001-2 U. Futh, *Metten van natuurwaarden in Duitsland*, 2001.
- WD 2001-3 H. Tschochohei, *Do people in developing countries have limited access to essential drugs? The pattern of global supply of pharmaceuticals*, 2001.
- WD 2001-4 C. Boersma, *Economic issues of antimalarial diagnostics and therapeutics in sub-Saharan Africa*, 2001.
- WD 2002-1 drs. F.J. Sijtsma, M. Broekhof, Prof. dr. J. van Dijk, drs. G.J. Hoogstra, *IKO en PRIKK: Stimulans voor economische activiteit op het Fries-Groningse platteland? Een evaluerend onderzoek naar de IKO en PRIKK regelingen voor investeringen van het kleinbedrijf*, 2002.
- WD 2002-2 drs. F.J. Sijtsma, drs. P. Hogendoorn, drs. G. J. Hoogstra, drs. C.-J. Pen, prof. dr. P.H. Pellenbarg m.m.v. Sytse Duiverman, *Bijlagenrapport bij Uitgifte van bedrijventerreinen op het Friese platteland*, 2002.
- WD 2002-3 Bauke Visser, *Bedrijventerreinen tussen droom en daad: Symbioses en utility sharing. Samenwerkingsverbanden op bedrijventerreinen vanuit een bedrijfskundig perspectief*, 2002.